


# مناهج البحث الإعلامي

الدكتور كمال الحاج

تـدقـيـق:

**الدكتور عبد العزيز قبلان**

**الدكتور عربي المصري**

**الدكتور محمد الرفاعي**






ISSN: 2617-989X

Books & Refrences

# مناهج البحث العلمي

الدكتور كمال الحاج

من منشورات الجامعة الافتراضية السورية

الجمهورية العربية السورية 2020



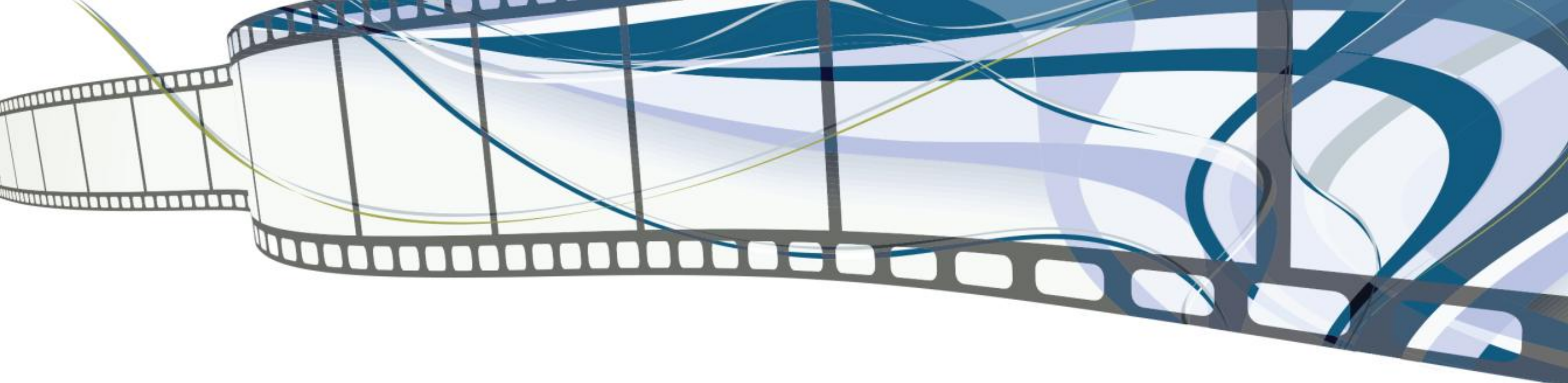
# Mass Media Research Method

**Dr. Kamal Alhaj**

Publications of the Syrian Virtual University (SVU)

Syrian Arab Republic, 2020

# الفهرس



# الوحدة التعليمية الأولى

# العلم والمعرفة والتفكير العلمي

## الأهداف التعليمية:

بعد الانتهاء من دراسة الفصل الأول ينبغي أن يكون كل طالب قادراً على أن:

1. يعرف الفرق بين البديهة والمعرفة والعلم
2. أن يذكر سمات المعرفة العلمية
3. أن يشرح الطريقة التراكمية للتفكير العلمي
4. أن يشرح الطبيعة التنظيمية للتفكير العلمي
5. أن يفهم قابلية التعميم كصفة أساسية للتفكير العلمي
6. أن يعرّف: البحث العلمي، المفاهيم، المتغيرات.
7. أن يوضح كل مما يأتي:

أ – النظرية العلمية

ب– المفاهيم

ج– المتغيرات

## المعرفة العلمية

اتسمت مسيرة الإنسان نحو المعرفة بالمحاولة والخطأ تارةً، وباللجوء إلى الغيبيات تارةً أخرى، ثم فتح المنطق أمام الإنسان آفاقاً أرحب للعلم والمعرفة.

وإذا أردنا تتبع محاولات الإنسان للوصول إلى المعرفة تواجهنا صعوبتان:

أولاهما من أين نبدأ؟ وثانيهما: أننا لا نستطيع إعطاء فكرة كافية عن تطور أساليب الفكر الإنساني في الوصول إلى المعرفة.

## البديهة والمعرفة والعلم

رغم أن هناك فرقاً بين المعرفة والبديهة إلا أن هناك عاملاً مشتركاً، فكلا الاثنين يخضعان للمنطق، العلم امتداد للبديهة لكنه يتميز بميزتين:



**أولاهما: الانتظام: Systematic**

فهذه المعلومات يتم جمعها بشكل منظم ومنتظم، وليس بشكل ارتجالي، كما أن البحث العلمي له خطوات معروفة توافق عليها الباحثون.




**ثانيهما: الضبط: Controlled**

أي يتم ضبطه والتحكم فيه.وللعلم تعريفات متعددة أبرزها تعريف اليونسكو: أنه النشاط الذي يقوم الإنسان من خلاله بمحاولات منظمة لكي يدرس بموضوعية الظواهر القابلة للملاحظة بقصد اكتشافها وفهمها فهماً كاملاً، وفهم أسبابها.

ومعنى ذلك أن العلم نشاط يعبر عن حاجة الإنسان إلى المعرفة ووصف، وفهم، وتفسير ما حوله من ظواهر في بيئته ومجتمعه.

أما المعرفة فهي تراكم الخبرات الإنسانية للعلاقة بين الأشياء والموجودات في حياة الإنسان.

وبذلك ينتقل الإنسان إلى إدراك العلاقات، والارتباطات بين الحقائق بعد أن يفهمها ويكتسبها، وكل ذلك يحصل في أسلوب منظم منضبط وهذا ما يميز العلم.

# سمات التفكير العلمي

لم يكتسب التفكير العلمي سماته المميزة، التي أتاحت له بلوغ نتائجه النظرية والتطبيقية الباهرة، إلا بعد تطور طويل، وبعد التغلب على عقبات كثيرة، فأسقط العقل البشري خلال رحلته الطويلة الكثير من أساليب التفكير التي اتضح خطؤها، ولم تصمد في النهاية إلا تلك السمات التي تثبت أنها تساعد على العلو ببناء المعرفة وزيادة قدرة الإنسان على فهم نفسه والعالم المحيط به. ونستطيع أن نتخذ هذه السمات مقياساً نقيس به مدى علمية أي نوع من التفكير يقوم به الإنسان، فما هي هذه السمات الرئيسية؟

**1 ـ التراكمية:**

العلم معرفة تراكمية، ولفظ التراكمية يصف الطريقة التي يتطور بها العلم والتي يعلو بها صرحه، فالعلم أشبه بالبناء الذي يُشيد طابقاً فوق طابق.

ومن هنا فإن سكان البناء العلمي هم في حالة تنقل مستمر، ومقرهم هو أعلى الطوابق في بناء لا يكف لحظة واحدة عن الارتفاع.

وتكشف لنا سمة التراكمية عن خاصية أساسية للحقيقة العلمية هي أنها نسبية، فالحقيقة العلمية لا تكف عن التطور، ومهما بدا في أي وقت أن العلم قد وصل في موضوع معين إلى رأي نهائي مستقر، فإن التطور سرعان ما يتجاوز هذا الرأي ويستعيض عنه برأي آخر جديد.

**2 ـ التنظيم:**

أي أننا لا نترك أفكارنا تسير حرة طليقة، وإنما نرتبها بطريقة محددة، وننظمها عن وعي، ونبذل جهداً مقصوداً من أجل تحقيق أفضل تخطيط ممكن للطريقة التي نفكر بها.

ولكن كيف يحقق العلم هذا النظام في ظواهر الطبيعة المتشابهة والمعقدة؟ إن وسيلته في ذلك هو إتباع منهج Method أي طريق محدد يعتمد على خطة واعية، والكلام هنا عن منهج للعلم لا يعني إتباع مناهج ثابتة لا تتغير.

**3 ـ البحث عن الأسباب:**

فالنشاط العقلي للإنسان يستهدف فهم الظواهر وتحليلها بهدف إرضاء رغبة الإنسان في تعليل كل شيء.

**4 – الشمولية:**

فالمعرفة العلمية معرفة شاملة، وهي تسري على جميع أمثلة الظاهرة التي يبعثها العلم، ولا شأن لها بالظواهر في صورتها الفردية.

**5 – الدقة:**

يقصد بهذه السمة الدقة في تحديد أبعاد الظاهرة التي يقوم الباحث بدراستها ليتمكن من تعميم النتائج.

**6 – القابلية للتعميم:**

أي الخروج بحكم ينطبق على أكبر عدد من الظواهر أي تفسرها وتشرحها.

**7 – قدرة الإثبات التجريبي:**

أي قابلية إجراء دراسات واختبارات ومسوحات علمية أو ميدانية.

**8 – الموضوعية:**

لا يستطيع أحد أن يدعي الموضوعية الكاملة في البحث العلمي، والمقصود بالموضوعية وجود قواعد وضوابط ومعايير محددة، بحيث لا يختلف اثنان من الباحثين في النتائج التي يتوصلان إليهما، إذا توحدت متغيرات وأدوات البحث التي يستخدمها كل منهما.

**9 – القابلية للتطوير:**

حيث لا يتوقف العلم عن مسايرة التطور المستمر في الحياة.

# البحث العلمي

البحث في اللغة العربية هو "أن تسأل عن شيء وتستخبر عنه" ويحصر حاجي خليفة هدف البحث العلمي في سبعة أقسام:

1-إما إلى شيء لم يُسبق إليه فيخترعه.

2-أو شيء ناقص فيتممه.

3-أو شيء غامض فيشرحه.

4-أو شيء طويل يختصره.

5-أو شيء متفرق يجمعه.

6-أو شيء مختلط يرتبه.

7-أو شيء أخطأ فيه مصنِّفه فيصلحه.

ومن التعريفات البارزة للبحث العلمي: "أنه وسيلة للدراسة يمكن بواسطتها الوصول إلى حل لمشكلة محددة، وذلك عن طريق التقصي الشامل والدقيق لجميع الشواهد والأدلة التي يمكن التحقق منها والتي تتصل بهذه المشكلة المحددة".

## العناصر الأساسية للبحث العلمي

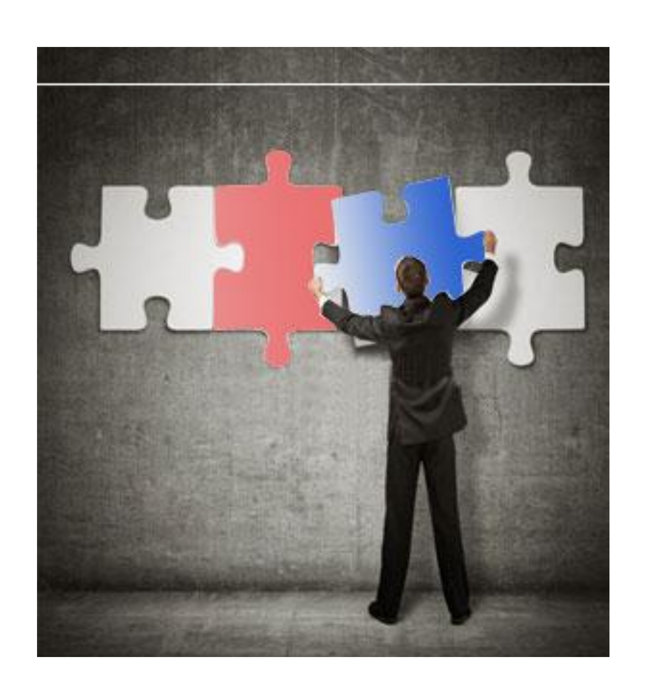
### أ. النظرية العلمية Theory:

تحتاج الملاحظات التي يقوم بها الباحث إلى تفسير علمي ومن ناحية أخرى تحتاج التفسيرات إلى اختبار في ضوء حقائق.

وعندما نسعى إلى الإجابة عن سؤال: لماذا تحدث ظاهرة ما بهذا الشكل؟ فإننا بالضرورة نبدأ في التنظير مما يقودنا إلى معرفة الملاحظات المرتبطة بالمشكلة البحثية.

والنظرية العلمية هي مجموعة من الطروحات والشروحات والتفسيرات للعلاقة بين المتغيرات، وتهدف النظرية إلى توضيح كيفية التحكم أو التعامل مع هذه العلاقة، وتساعد النظرية على التنبؤ بشكل هذه العلاقة.

## ب. المفاهيم: Concepts



لكل علم مفاهيمه الخاصة، وهي مجموعة الرموز والتجريدات ذات المعاني والتصورات، والمفاهيم هي اللبنات الأولية التي تساعد في بناء النظرية، والمفاهيم أداة اتصال في البيئة العلمية الواحدة.

ويعتبر غموض المفاهيم, أو عدم تحديدها بدقة، أو فهمها بأكثر من معنى من أحرج المشكلات التي تؤثر في دقة البحث العلمي وتطوره في المجالات العلمية المختلفة.



وهناك نوعان من التعريفات لكل مفهوم في أي بحث علمي:

*أولها: التعريف النظري Conceptual definition*

وهو تعريف المفهوم كبناء فكري، من خلال ألفاظ تشير إلى المعنى كما يراه المفكر بغض النظر عن وجوده المادي في الواقع. والتعريف النظري لا يمكن قياسه، ويحتاج إلى تعريف إجرائي.

**ثانيهما: التعريف الإجرائيMasured ويتقسم بدوره إلى نوعين:**

1-**تعريف إجرائي خاص بالقياس** يحدد كيفية قياس المتغيرات وتحويلها إلى قيم كمية يمكن قياسها.

**2-تعريف إجرائي تجريبي Experimental**

وهو تعريف يهتم بالقياس ويحدد أيضاً طريقة التعامل مع المتغيرات خلال التجربة العلمية.

طرق التعريف الإجرائي للمفهوم أو المصطلح:

يمكن للباحث وضع تعريف للمصطلح أو المفهوم الذي ينوي استخدامه بإتباع الأساليب التالية

1-الرجوع إلى التعريفات السابقة للمصطلح.

2-وضع التعريف الإجرائي للمصطلح بناء على معيار محدد تبعاً للظاهرة التي يدرسها.

3-التأكد من دقة التعريف، بإجراء اختبارات أولية عليه، ووضعه في صورة محكمة وموجزة ومعبرة عن الغرض الذي وضع لأجله.




**مثال (1) السيناريو: script**

مصطلح يستخدم للدلالة على النص المكتوب لفيلم أو تمثيلية، ويتضمن توضيحاً للصورة أو الموقف مع الحوار، مع ذكر بعض التفصيلات الفنية من حيث وضع الكاميرا وحجم اللقطة ونوعيتها.

**مثال (2) الاستبيانQuestionnaire :**

صحيفة تحتوي أسئلة توجه إلى عدد من القراء أو المشاهدين أو المستمعين، أو المتعاملين مع مؤسسة ما، للتعرف على آرائهم في وسائل الإعلام، أو ما تقدمه من مواد وبرامج.

### ج. المتغيرات variables :

المتغير مفهوم يطلق على أي ناحية أو حدث أو سمة يمكن أن تتغير قيمتها، ويمكن التعرف على الميزات بواسطة الملاحظة أي كانت طريقة هذه الملاحظة، وتستخدم المتغيرات في بناء العلاقات بين الظواهر والأحداث، وفي صياغة النظريات العلمية والفرضيات العلمية.

**مثال1:** الخصائص أو السمات الديموغرافية للأفراد (العمر، النوع، المهنة، الحالة الاجتماعية، التعليم...) هي متغيرات.

**مثال2:** سلوك (مشاهدة التلفزيون، قراءة الصحف، الاستماع للراديو،...) هي متغيرات.

**مثال3:** (المستوى المعرفي، حالة الرضا،...) هي متغيرات.

وقد يكون للمتغير قيمتان مثل النوع (ذكر، أنثى) أو أكثر من ذلك المستوى الاقتصادي (مقبول، جيد، عالي).

### أنواع المتغيرات:

درج الباحثون على تقسيم المتغيرات وفقاً للعلاقات فيما بينها، وفي ضوء الهدف ذاته، وعادة يقسم الباحثون المتغيرات إلى عدد من الأنواع:

**المتغير المستقل: Independent variables**

وهو المثير أو المنبه، وهو المتغير الذي يقوم الباحث بتغييره بشكل منظم، ثم يقوم بملاحظة التغيرات التي يحدثها على متغيرات أخرى (المتغير التابع).

مثال1: مشاهدة أفلام العنف التلفزيونية ← سلوك عنفي.

(متغير مستقل) سبب ← (متغير تابع) نتيجة.

– إن تصنيف المتغيرات ما بين مستقل وتابع ليس مستقراً وثابتاً دائماً، فليس هناك متغير مستقل في كل البحوث، وآخر تابع في كل البحوث، ولكن قد يكون المتغير مستقلاً في بحث، ويتحول إلى تابع في بحث آخر، وينطبق ذلك على المتغير التابع أيضاً.

مثال1: مشاهدة الأفلام الوثائقية ← المستوى الثقافي المعرفي.

متغير مستقل (سبب) ← متغير تابع (نتيجة).

مثال 2: المستوى الثقافي المعرفي ← مشاهدة البرامج الحوارية التلفزيونية.

متغير مستقل (سبب) ← نتغير تابع (نتيجة).

وفي البحوث التجريبية يطلق على المتغير المستقل المتغير التجريبي Experimental variable فيستخدم مجموعة تجريبية (يعرضها للتجربة) ويتحكم بالمثيرات التي تؤثر (المتغير المستقل)، أما المتغير الآخر التابع فيسمى هنا (المتغير الناتج).

**المتغير التابع: Dependent variable**

هو المتغير الذي يلاحظه الباحث، وهو نتيجة وجود المتغير المستقل وتأثيره، هو الذي يعكس الظاهرة وقد يطلق الباحث مسميات أخرى غير المستقلة والتابعة، مثل المتغير المنبئ، أو السابق، أو اللاحق...

**المتغير الوسيط Intervening variable**

قد يلجأ الباحث إلى التحكم في متغيرات معينة للحد من تأثيراتها غير المرغوبة، وللتأكد من أن متغيراً مستقلاً بعينه هو المسئول عن إحداث التأثير ويطلق على هذه المتغيرات (المحكومة) أو الضابطة Control variable

مثال: لبحث العلاقة بين مشاهدة أفلام العنف التلفزيوني (متغير مستقل)، والسلوك العنفي (متغير تابع) يمكن أن نضع في اعتبارنا متغيرات أخرى وسيطة (مثل العمر، التعليم، المستوى الاقتصادي،...) نجد أن العلاقة بين المتغيرين المستقل والتابع قد توضحت وتعمقت وتبلورت أكثر.

## الخلاصة

تتناول الوحدة التعليمية الأولى سمات المعرفة العلمية، والعناصر الأساسية للبحث العلمي، كما تشرح بالتفصيل المفاهيم ومتغيرات الدراسة، مع ذكر تطبيقات عملية على كل مفهوم من المفاهيم الوارد في الفصل.

## تمارين:

اختر الإجابة الصحيحة لكل مما يلي:

### 1- العلم امتداد للبديهة لكنه يتميز ب:

A_الانتظام

B_الصدفة

C_الضبط

D_الإجابتين A-C

**الإجابة الصحيحة D**

### 2_ القابلية للتعميم تعني:

A_تناول الموضوعات والظواهر التي تعم في المجتمع

B_تناول ظواهر اجتماعية بكليتها دون إغفال أجزاء منها

C_الخروج بحكم ينطبق على أكبر عدد من الظواهر

D_كل ما ذكر أعلاه خطأ

**الإجابة الصحيحة C**

### 3_ النظرية العلمية هي:

A_ هي قواعد لموضوعات ذات طابع تطبيقي بحت

B_مجموعة طروحات وتفسيرات للعلاقة بين المتغيرات

C_كل ما ذكر أعلاه صحيح

D_كل ما ذكر أعلاه خطأ

**الإجابة الصحيحة B**

**4_ المفاهيم هي لبنات أساسية تكون:**

A_ العلوم

B_ النظريات

C_كل ما ذكر أعلاه صحيح

D_كل ما ذكر أعلاه خطأ

**الإجابة الصحيحة C**

**5_ المتغير التابع هو الذي:**

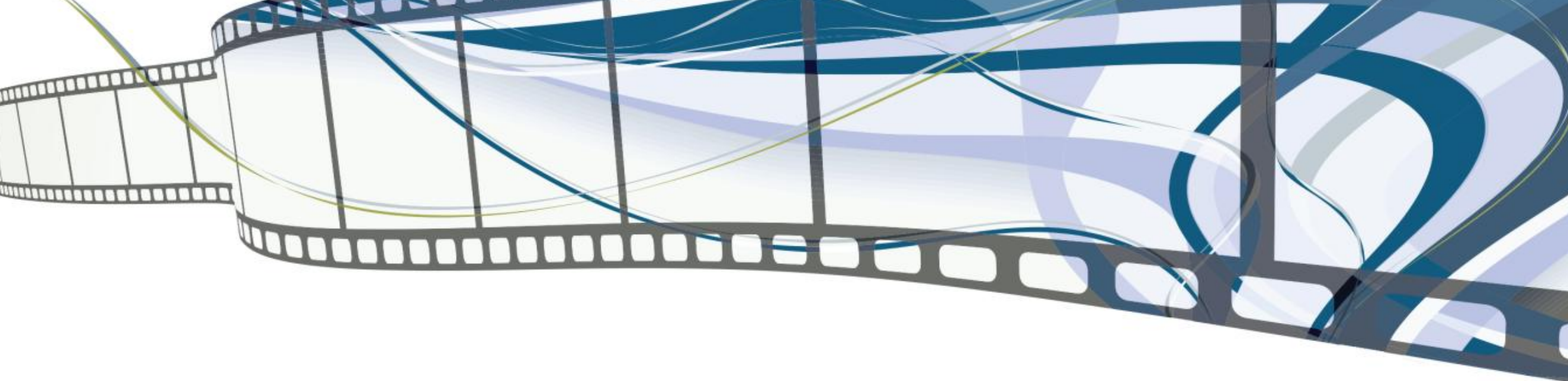
A_يسبب الظاهرة

B_يعكس الظاهرة

C_يثير وينبه

D_كل ما ذكر أعلاه صحيح

**الإجابة الصحيحة A**



# الوحدة التعليمية الثانية

# القيـاس

## الأهداف التعليمية:

**بعد الانتهاء من دراسة الفصل الثاني، ينبغي أن يكون كل طالب قادراً على أن:**

1. يعرف كلاً من:

أ – القياس

ب– مقاييس الاتجاهات

2. يقارن ويميز بين:

أ – مستويات القياس (المستوى الأسمى، المستوى الترتيبي، المستوى الفئوي، المستوى النسبي).

ب– مقاييس الاتجاهات (المقاييس التمييزية، أو التفريقية، المقياس التجميعي، مقياس التمييز الدلالي)

3. أن يتعلم ويتدرب على صياغة عبارات وجمل في مقاييس الاتجاهات
4. أن يتعرف على أسلوب الأسئلة غير المباشرة والأسئلة الإسقاطية:

أ – أسلوب الأسئلة الإسقاطية (بقع الحبر، اختبار الصورة والقصة، اختبار العبارات الناقصة، استخدام الدمى)

ب– أسلوب الأسئلة غير المباشرة

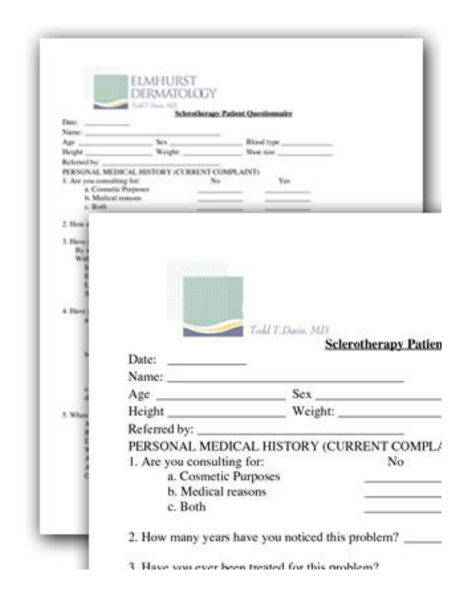
## تعريف القيـاس




هو عملية تحديد قيمة كمية أو نوعية للمتغير طبقاً لقواعد محددة، والباحث يقيس عادة مؤشرات عن خصائص الأشياء، أو الأفراد، أو الأحداث، أو النتائج، من الوقائع، أو تفاعل الخصائص والسمات مع بعضها، أو تفاعل الخصائص أو السمات مع الوقائع والأحداث، وتبرز أهمية القياس في دعم ثقة الباحث في إصدار أحكامه وتفسيرها بدقة وموضوعية، حيث أن القياس الكمي يُجنّب الباحث التحيز.

هناك بعض المتغيرات يمكن قياسها كمياً مثل حجم أو مدى التعرض والمشاهدة للتلفزيون بتحديد عدد الساعات والدقائق، أو مرات المشاهدة، وهناك بعض المتغيرات لا يمكن قياسها إلا من خلال مؤشرات تدل عليها، مثلاً لا يمكن قياس المنافع التي يحققها الفرد من قراءة الصحف إلا من خلال مقياس يتضمن مؤشرات متوقعة من القراءة، ويجيب الفرد بالموافقة أو عدم الموافقة على عبارات تعتبر مؤشرات عن هذه المنافع.

## مستويات القياس Scales



ELMHURST DERMATOLOGY

Todd T. Davis, MD

Sclerotherapy Patien

Date:
Name:
Age Sex
Height Weight:
Referred by:
PERSONAL MEDICAL HISTORY (CURRENT COMPL
1. Are you consulting for: No
a. Cosmetic Purposes
b. Medical reasons
c. Both
2. How many years have you noticed this problem?

تتدرج مستويات القياس بين كمية وكيفية وتقسم إلى أربعة مستويات:

### المستوى الاسمي: Nominal

وهو أدنى المستويات وأبسطها، وهو نوعي وليس كمي، وهو عملية إطلاق اسمي لتحديد نوعية المتغير وتوصيفه بدون إعطاء قيمة كمية له، والعملية الرياضية الوصفية الوحيدة فيه هي العد، ومن ميزات هذا المستوى أن كل وحدة فيه متفردة عن غيرها، وغير مختلطة بغيرها،

ويتسم هذا المستوى بحصول مفرداته على فرص متساوية.

مثلاً: تصنيف الأفراد إلى فئات: فئة أولى (أميّون) فئة ثانية (متعلمون).

### المستوى الترتيبي: Ordinal scale

ترتب منه السمات والخصائص في مراتب وليس بالضرورة أن تكون الفروق منتظمة ومتساوية بين الفئات.

**مثال (1)**: تقسيم الأفراد إلى مستويات اقتصادية: عالية، متوسطة، مقبولة، ونلاحظ هنا عدم دقة الفروق، وانتظامها بين الفئات، أو المسافة الفاصلة بين الفئات.

**مثال (2)**: ترتيب تفضيلات الأفراد للقنوات التلفزيونية.

**مثال (3)**: ترتيب الأفراد حسب مستواهم التعليمي إلى: أمي، ابتدائية، إعدادية، ثانوية، جامعي.

### المستوى الفئوي: Interval scale (المسافات المتساوية)

يشبه هذا المستوى المستوى الترتيبي، لكنه يلتزم بمسافة أو مدى متساوٍ بين الفئات.

مثال: تقسيم الأفراد حسب معدل مشاهدة التلفزيون.

- حتى أقل من 2 ساعة.
- من2 ساعة حتى أقل من 4 ساعة
- من 4 ساعة حتى أقل من 6 ساعة.
- 6 ساعة فأكثر.

### المستوى النسبي: Ratio scale

وهو مستوى كمي بامتياز ويمكن إجراء جميع العمليات الحسابي عليه، ويوجد فيه الصفر الطبيعي المطلق.

مثال: رقم الدخل الشهري للفرد قد يساوي صفراً.

هناك شرطان أساسيان لأي نوع من المتغيرات في كل المستويات الأربعة السابقة.

**الأول**: أن تكون الفئات مانعة منفصلة عن بعضها بدون أي تداخل.

مثال: فئات العمر:

- حتى أقل من 25 سنة
- من 25 وأقل من 50 سنة.
- من 75 وأقل من 100 سنة.

– أكثر من 100 سنة.

**الثاني:** أن تكون الفئات جامعة وشاملة لكل الاحتمالات.

مثال: الجنس: ذكر     أنثى.

## أنواع المقاييس

عملية القياس تعني إعطاء أرقام أو قيم أو رموز لخصائص الأفراد، أو الأحداث، أو الأشياء تبعاً لقواعد محددة ويستخدم المقياس Measure للوصف كمياً، أو نوعياً حيث يستخدم الألفاظ للتعبير عن الكم.

ويعتمد المقياس على مجموعة من الأسئلة أو الجمل والعبارات التي يَجيب عنها، أو يختارها الفرد والتي تعبر عن حكمه وتقديره، أو رأيه في موضوع، أو مسألة، أو قضية تخصه، أو تتعلق بالآخرين، أو بالظواهر والأحداث.

ويمكن أن يشغل المقياس على وحدة أو أكثر للقياس ومهما تعددت المقاييس فإنها تقسم حسب الهدف من تصميمها إلى:

مقاييس تقديرات الفرد لذاته وخصائصه واهتماماته: وتتضمن أسئلة تساعد على قيام الفرد بتصنيف نفسه حسب سماته، وخصائصه {النوع (ذكر، أنثى)، العمر، التعليم، المهنة }، أو حسب اهتماماته، وتفضيلاته، وسلوكياته.

مثال1: مدى التعرض لوسائل الاتصال: دائماً   أحياناً   نادراً.

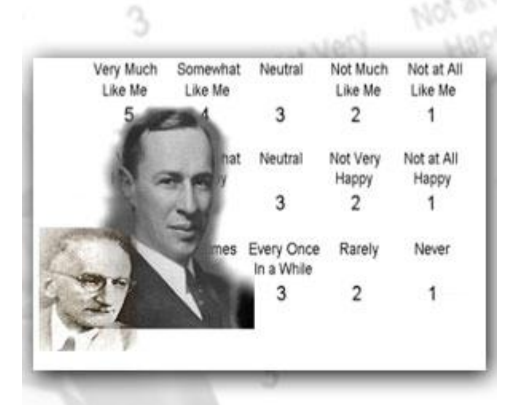
مثال2: البرامج التلفزيونية المفضلة: أخبار، منوعات، دراما.

# مقاييس الاتجاهات



تستخدم هذه المقاييس لقياس الاتجاه نحو حدث، أو فكرة، أو مسألة، أو قضية، أو أفراد، أو جماعات، وتهدف للتوصل إلى مؤشرات حول تقدير آراء الفرد واتجاهاته، كما تستخدم لتوصيف الذات، أو الآخرين. وتفيد هذه المقاييس في أبحاث الرأي العام، وتفيد في الأبحاث الإعلامية، ومن أكثر مقاييس الاتجاهات استخداماً:

## أ. المقاييس التمييزية أو التفريقية (مقياس المجالات المتساوية) والفئات المتساوية Equal appearing intervals scale




تقوم هذه المقاييس على تمييز وحساب الفرق في الاتجاه بين الفرد ونفسه، أو بين الفرد وغيره لمعرفة مقدار التغير في هذا الاتجاه، وينسب المقياس إلى الباحث (ثيرستون Thurstone).

ويتم بناء المقياس وفق عدة خطوات:

1_ صياغة عشرات أو مئات العبارات التي تعبر عن الاتجاه نحو موضوع، أو قضية، أو شخص معين.

2_ الاعتماد على تحكيم عدد كبير من المحكمين.

3_ استبعاد الفقرات التي يختلف عليها المحكمون، والإبقاء على العبارات التي تحظى بنسبة اتفاق عالية.

4 – يعرض المقياس على المبحوثين لتحديد اتجاهاتهم نحو كل جملة، أو عبارة بالموافقة، أو عدم الموافقة, مع ملاحظة أن تقدير ترجيح العبارة ووزنها يرتبط بعدد المبحوثين الذين اتفقوا عليها، ويتم تقدير الاتجاه العام بتقدير متوسط تقديرات المبحوثين.

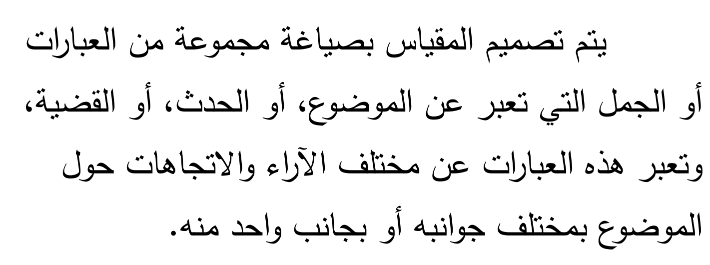
ويعاب على هذا المقياس احتمال تحيز المحكمين في اختيار العبارات والجمل التي تشكل صلب المقياس.

## ب. المقياس التجميعي Summated scale:

ينسب المقياس إلى الباحث ليكرت Likert، وهو أكثر المقاييس انتشاراً، وأكثرها بساطة وسهولة في التصميم والتطبيق.
ويتسم هذا المقياس بتجاوز الصعوبات والسلبيات التي يتصف بها المقياس التفريقي التمييزي (ثيرستون).

**طريقة تصميم المقياس:**





يتم تصميم المقياس بصياغة مجموعة من العبارات أو الجمل التي تعبر عن الموضوع، أو الحدث، أو القضية، وتعبر هذه العبارات عن مختلف الآراء والاتجاهات حول الموضوع بمختلف جوانبه أو بجانب واحد منه.
يفضل أن توضع العبارات الإيجابية والسلبية على نحو متساوٍ، وتعطى لكل عبارة تأييد أو معارضة تنازلياً من الأعلى إلى الأدنى.
مثال1:
القنوات التلفزيونية الإخبارية المتخصصة موضوعية:

| موافق جداً | موافق إلى حد ما | محايد | غير موافق | غير موافق مطلقاً |
|---|---|---|---|---|
| (5) | (4) | (3) | (2) | (1) |

مثال 2:

العنف ضرورة لضبط أفراد الأسرة.

| مؤيد بشدة | مؤيد إلى حد ما | محايد | معارض إلى حد ما | معارض جداً |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| (5) | (4) | (3) | (2) | (1) |

ويتم حساب كل سمة من خلال حساب متوسط التقديرات الخاصة بكل العبارات أو الجمل التي تعبر عن هذه السمة.

$\frac{4+4+3+5+3+5+4}{7\ (\text{عددالعبارات})} = \frac{28}{7} = 4$ أي أن السمة العامة للاتجاه هي مؤيد نوعاً ما.

وهكذا يتم تقدير الاتجاه لمجموعة من الأفراد بتقدير متوسط مجموع التقديرات الخاصة بكل فرد من الأفراد في عينة البحث.

**مميزات المقياس التجميعي:**

1 ـ إن إضافة جملة أو عبارة إلى عبارات أخرى يقلل من خطأ المقياس، لأن اتجاه الفرد يتناغم، وينسجم إلى حد كبير مع درجة تأييده، أو معارضته مع كل عبارة تعبر عن هذا الاتجاه.

## ج. مقياس التمييز الدلالي/مقياس الصفات أو السمات/ Semantic differential scale:

صمم هذا المقياس (أُسجود) Osgood ويستخدم في وصف الأشياء، والأحداث، والأفراد، والمنظمات، والوسائل من خلال وضع صفات إيجابية وعكسها تماماً بصفات سلبية، ووضع كل صفة وعكسها في مقياس سباعي متدرج. وأكثر ما يستخدم في بحوث الصورة الذهنية Image.

مثال: هذه مجموعة من الكلمات تعبر عن تصوراتك حول وسائل الإعلام السورية:

| موضوعية | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | متحيزة |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| متنوعة | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | غير متنوعة |
| جديدة | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | قديمة |

| ممتعة | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | مملة |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| جادة | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | هزلية |

* إن اختيارك رقم (1) أي أن وسائل الإعلام تتصف بدرجة عالية من الموضوعية بينما اختيارك رقم (7) أي أنها متحيزة بينما اختيارك لرقم (4) أي أنها موضوعية إلى حد ما، ومتحيزة إلى حد ما.

**عيوب مقياس التمييز الدلالي:**

1- بعض المعاني إيجابية مع موضوع ما، وسلبية في موضوع آخر.
2- بعض المعاني إيجابية مع فرد مبحوث بينما سلبية عند فرد آخر.
3 – قد يفهم الأفراد بعض المعاني ظاهرياً، وآخرون يفهمونها بعمق.

## تعليمات أساسية لصياغة العبارات والجمل في مقياس الاتجاهات

يجب عل الباحث الحرص الشديد على الدقة في صياغة أي كلمة في كل عبارة يتم وضعها ضمن المقياس لتجنب الفهم المزدوج لهذه العبارات بالنسبة لكل مبحوث ويمكن إيجاز عدة قواعد وتعليمات تساعده على صياغة عبارات جيدة:

1ـ ينبغي الحرص على البساطة، الوضوح، المباشرة.
2ـ يفضل استخدام العبارات التي تشير إلى الحاضر بدلاً من الماضي.
3ـ يفضل تجنب العبارات التي توحي أنها حقائق.
4ـ يفضل الابتعاد عن صياغة العبارات بطريقة تفهم بأكثر من معنى.
5ـ تجنب العبارات المتوقع أن يوافق أو يعارض عليها جميع المبحوثين.
6ـ يفضل استخدام عبارات تغطي أكبر مساحة من الموضوع،
7ـ يفضل أن تتناول كل عبارة فكرة واحدة فقط.
8ـ تجنب التعميمات المطلقة كاستخدام كلمات جميع، كل، دائماً، حتماً، أبداً.
9ـ تجنب استخدام النفي المضاعف.
10ـ تجنب استخدام الكلمات الغريبة والمهجورة.
11ـ تجنب استخدام الكلمات المحرجة جداً للمبحوث.

12 ـ تجنب العبارات التي تعرض المبحوث للمساءلة القانونية فيما لو اختار الإجابة، نعم أولا.
13 ـ تجنب العبارات التخمينية.
14 ـ تجنب العبارات التي تسبب إجهاداً ذهنياً في تذكر معلومات.
15 ـ تجنب العبارات التي تستفز المبحوث أو تسيء له.

## أسلوب الأسئلة غير المباشرة والأسئلة الإسقاطية

**الأسئلة الإسقاطية:**

هي أسئلة أبسط وأقل تقنية من الأسئلة غير المباشرة ومن طرقها:

استخدام أسلوب رصد الانطباع الذاتي (اختبار بقع الحبر) Ink blots.

يستخدم هذا الأسلوب لتحديد إدراك وفهم الفرد المبحوث للشيء، موضوع الدراسة، هذا الأسلوب يهتم بالرؤية الذاتية للفرد أكثر من اهتمامه بالرؤية الموضوعية للشيء أو الحدث.

**اختبار الصورة والقصة:**

الفرد يسقط ما بداخله على الصورة، فيعبر بكلمات قليلة عن مغزى الصورة بالنسبة له.

**اختبار العبارات الناقصة:**

يتيح هذا الاختبار للفرد المبحوث كتابة كلمة أو أكثر تكمل الجملة الناقصة وهذه العبارة تعبر عما في داخل الفرد من اتجاهات حول الموضوع أو الشيء.

مثال 1 – أدوار البطل في المسلسل السوري تتصف بـ......

مثال 2 – تمتاز نشرات الأخبار في التلفزيون السوري بـ.....

**استخدام الدمى:**

غالباً يستخدم هذا الأسلوب في الدراسات التجريبية الإعلامية لملاحظة ردود أفعال الأفراد على دمية تعبر عن شخصيات معينة من الواقع، أو شخصيات تظهر في وسائل الإعلام.

**توجيه أسئلة للفرد بطريقة إسقاطية:**

ويستخدم لجعل الفرد المبحوث يسقط ما بداخله على الآخرين، ومن المتوقع أن يتجنب الفرد المبحوث الإحراج في حديثه، وأن يتحرر من خوفه لشعوره أنه يتحدث عن الآخرين وليس عن نفسه.

**الأسئلة غير المباشرة:**

وهي أسئلة تتشابه مع الأسئلة الإسقاطية، سوى أنها أكثر إمكانية للتطبيق والتفسير، وذلك عن طريق طرح أسئلة تبدو في ظاهرها أنها سؤال يعبر عن مستوى معرفة، بينما هي تقيس اتجاهاً بطريقة غير مباشرة.

## الخلاصة

تتناول الوحدة التعليمية الثانية القياس باعتباره أحد خطوات الإجرائية الهامة في البحث العلمي، وتتحدث بالتفصيل عن مستويات القياس، وأنواع المقاييس، وطرق تصميم المقياس، ومميزات المقاييس، وأساليب القياس.

## تمارين:

اختر الإجابة الصحيحة لكل مما يلي:

**1 – القياس هو:**

A – تحديد قيمة كمية للمتغير
B – تحديد قيمة نوعية للمتغير
C – تحديد قيمة كمية ونوعية للمتغير
D – كل ما ذكر أعلاه خطأ

**الإجابة الصحيحة C**

**2 – ليس من مستويات القياس:**

A – المستوى الإسمي
B – المستوى الترتيبي
C – المستوى المنهجي
D – المستوى النسبي

**الإجابة الصحيحة C**

**3 – ليس من المستويات الكمية:**

A – المستوى الفئوي
B – المستوى الاسمي
C – المستوى النسبي
D – المستوى الترتيبي

**الإجابة الصحيحة B**

**4 ـ المقياس الذي يقوم على وضع صفات إيجابية وعكسها تماماً بصفات سلبية:**

A – المقياس الدلالي

B – المقياس التجميعي

C – المقياس التمييزي

D – كل ما ذكر أعلاه خطأ

**الإجابة الصحيحة A**

**5 ـ اختبار الأسئلة الإسقاطية يتضمن:**

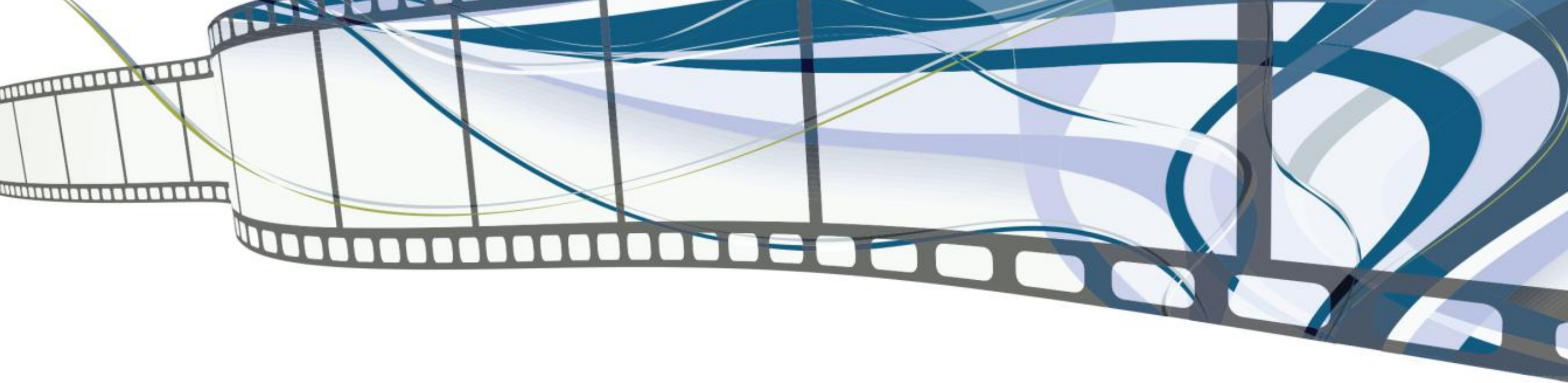
A – اختبار الصورة والقصة

B – اختبار العبارات الناقصة

C – اختبار الدمى

D – كل ما ذكر أعلاه صحيح

**الإجابة الصحيحة D**



# الوحدة التعليمية الثالثة

# الصدق والثبات

## الأهداف التعليمية:

بعد الانتهاء من دراسة الفصل الثالث، ينبغي أن يكون كل طالب قادراً على أن:

1_ يعرّف كل من:

أ – الصدق

ب – الثبات

2_ يقارن ويميز بين أنواع الصدق:

أ – الصدق الظاهري

ب – صدق المحتوى

ج – الصدق التنبؤي

د – صدق التوافق

3_يتعرف على طرق اختبار الثبات:

أ – اختبار الثبات في استمارة الاستبيان

ب–اختبار الثبات في استمارة تحليل المضمون

يعتبر الثبات والصدق بمثابة الجسر الذي يربط بين النظريات والمفاهيم العلمية من ناحية، والإجراءات المنهجية التي تختبر هذه المفاهيم والنظريات، وهما ضروريان لجعل نتائج البحث قابلة للتعميم.

## الصـدق

أما الصدق، أو الصحة، أو الصلاحية Validity ، فهو صلاحية الأسلوب، أو الأداة لقياس ما يراد قياسه، أو بمعنى آجر هو صلاحية أداة البحث في تحقيق أهداف الدراسة، وبالتالي ارتفاع مستوى الثقة فيما توصل إليه الباحث من نتائج، مما يسمح الانتقال منها للتعميم.

والصدق نسبي إذ لا وجود للصدق المطلق، وتتحدد نسبية الصدق بخصائص وبيئة المجتمع الأصلي، فصدق أو صلاحية مقياس بالنسبة لعينة في المجتمع السوري قد لا يثبت صدقه في مجتمع آخر، وصدق مقياس بالنسبة لعينة أطفال لا يعني بالضرورة صدقه (صلاحيته) بالنسبة لعينة من كبار السن.



## أنواع الصدق

### 3-1-1- صدق ظاهري Face validity

ويتم حساب الصدق الظاهري من خلال عرض المقياس على مجموعة من المحكمين ليبدوا رأيهم في مدى صلاحية (صدق) الأسلوب، أو الأداة لقياس ما يراد قياسه، من خلال حساب نسبة الاتفاق بين المحكمين.

### 3-1-2- صدق المحتوى Content validity

يعني أن المقياس يقيس ما يقول الباحث نفسه أن المقياس يقيسه، أي أن مكونات المقياس تمثل المفاهيم التي يسعى الباحث إلى تعريفها إجرائياً، ومن الأفضل أن يقيس المقياس مفهوماً واحداً، وألا يقيس مفاهيم متعددة أو متداخلة.

### 3-1-3- الصدق التنبؤي:

أي قدرة المقياس على التنبؤ بالمتغيرات في حال غياب الدليل.

### 3-1-4- صدق البناء: Construct validity

يتضمن ربط المقاييس ببعض الأطر النظرية للتأكد من ارتباطه بالمفاهيم النظرية التي يقيسها.

### 3-1-5 صدق التوافق: Concurrent validity

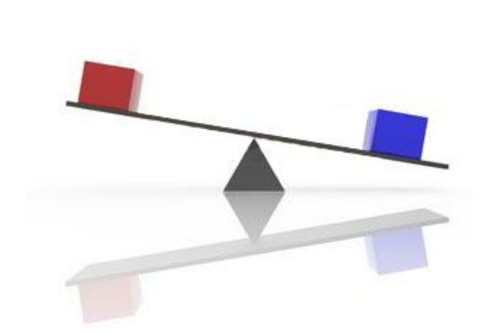
أي مدى اتفاق النتائج مع نتائج دراسات أخرى ترتبط بالظاهر بموضوع البحث.

عموماً تركز كل أنواع الصدق على مسألة أساسية هل يقيس الباحث ما يعتقد أنه يقيسه؟ وهل يوفر الأسلوب أو الأداة البيانات والمعلومات المطلوبة؟

يمكن القول أن مفهوم الصدق (الصلاحية) يتضمن بمعنى ما مفهوماً آخر هو الثبات، فالأداة (الأسلوب) الصادقة هي ثابتة حكماً، وليس بالضرورة العكس صحيح.

## الثبات (الاتساق)

يمكن القول أن المقياس الثابت هو المقياس الذي يحتوي على خطأ بسيط، وبالتالي هو لا يتغير عشوائياً من لحظة لأخرى بدرجة تؤثر على الاختبارات الإحصائية، فكلما زادت نسبة ثبات المقياس زادت الثقة به، ويستخدم معامل الارتباط غالباً لتقدير نسبة الثبات.



## طرق اختبار الثبات

**الاختبار وإعادته: Test-retest reliability**

يقوم الباحث بتطبيق الاختبار نفسه بالصورة نفسها على عينة من المبحوثين ثم يحسب معامل الثبات في المرتين، ويجب مراعاة قصر الفترة الزمنية بين الاختبارين، وعدم تغير ظروف ومعطيات الاختبارين.

**التقسيم النصفي: split – half correlation**

يقسم الباحث محتوى الاختبار إلى نصفين (قسمين) يحصل كل فرد على درجة عن كل قسم، وتتم المقارنة بين درجة القسمين لمعرفة مدى الاتساق والثبات.

**طريقة الصور المتكافئة: Equivalent forms**

تقوم هذه الطريقة على إعداد اختبارين متكافئين في المستوى الذي يقيس بيانات معينة، ومن ثم تتم المقارنة بين اتساق وثبات الإجابات في الاختبارين، وغالباً يفضل معظم الباحثين استخدام طريقة الاختبار وإعادته Test – retest في استمارة الاستبيان أو في استمارة تحليل المضمون.

**اختبار الثبات في استمارة الاستبيان (الاستبانة):**

يتم اختبار الثبات في استمارة الاستبيان عن طريق توزيع الاستمارة نفسها على عينة من المبحوثين لمرتين، ويجب مراعاة تطبيق الاستمارة بجميع أسئلتها عند إجراء اختبار الثبات ويفضل خلال مدة لا تتجاوز أسبوعين في البحوث الإعلامية.

مثال: إذا أجرينا دراسة على عينة مقدارها 400 مفردة، وتبين أن المقياس أعطى تماثلاً في إجابات (360) حالة منها، أي أن هناك ( 40) حالة عدم تماثل، يمكننا حساب مستوى الثبات حسب معادلة جتمان:

$$\text{الثبات} = 100 - \frac{\text{عددالإجابات}}{\text{عدد الأخطاء}} = 100 - \frac{400}{40} = 90$$

وبالتالي يكون المقياس مقبولاً.

**اختبار الثبات في استمارة تحليل المضمون:**

تعتبر الموضوعية Objectivity شرطاً أساسياً في البحث العلمي في مجال الإعلام، وخصوصاً في أداة تحليل المضمون التي يقوم بها الباحث بنفسه، وهذا يدفعنا إلى الاهتمام بموضوع الثبات (الاتساق) بين الباحثين القائمين بتحليل المضمون، حرصاً على تحقيق نتائج متقاربة كثيراً بتطبيق وحدات وفئات التحليل نفسها مع اختلاف البحثين، واختلاف أوقات الدراسة.

ولحساب الثبات لاستمارة (تحليل المضمون) يقوم الباحث بالاتفاق مع عدد من المرمزين (المحللين)، ويقدم لهم تعريفات ومحددات للمفاهيم والفئات التي سيحللها، ويدربهم على ذلك بعد ضبطه القواعد التي سيتبعها مع الباحثين في التحليل.

مثال: نفترض أن 4 محللين (مرمزين) (الباحث + 3 آخرين) شاركوا في إجراء حساب الثبات، فإنه يمكن إجراء معامل الثبات حسب طريقة ثيرستون في المقارنة بين كل محللين اثنين:

$$\frac{\text{ن}(\text{ن}-1)}{2} = \frac{\text{عدد المحللين}\left(\text{عددالمحللين}-1\right)}{2} = 6 \text{ أزواج من الباحثين}$$

وبذلك يتكون لدينا 6 حالات على افتراض أن أ هو الباحث، (ب، ج، د) هم المحللون الآخرون يكون التوزيع على النحو التالي:

(أ.ب) الحالات التي يجتمع فيها الباحث مع المحلل (ب) لتحليل المحتوى.

(أ.ج) الحالات التي يجتمع فيها الباحث مع المحلل (ج) لتحليل المحتوى.

(أ.د) الحالات التي يجتمع فيها الباحث مع المحلل (د) لتحليل المحتوى.

(ب.ج) الحالات التي يجتمع فيها المحلل ب مع المحلل (ج) لتحليل المحتوى.

(ج.د) الحالات التي يجتمع فيها المحلل ج مع المحلل (د) لتحليل المحتوى.

(ب.د) الحالات التي يجتمع فيها المحلل ب مع المحلل (د)لتحليل المحتوى.

ويتم حساب نتيجة الحالات الست:

$$\text{أ.ب} = \frac{\text{عدد حالات الاتفاق على التحليل}}{\text{عدد الحالات الكلية}} = \frac{133}{150} = 0.886 \text{ ارقام افتراضية بهدف التدريب)}$$

$$\text{أ.ج} = \frac{140}{150} = 0.933$$

$$\text{أ.د} = \frac{136}{150} = 0.906$$

$$\text{ب.ج} = \frac{139}{150} = 0.923$$

$$\text{ج.ء} = \frac{140}{150} = 0.93$$

$$\text{ب.ء} = \frac{137}{150} = 0.91$$

وبترتيب هذه القيم تصاعدياً لحساب الوسيط تصبح:

0,866، 0,906، 0,91، 0,923، 0,93، 0,923

وهي درجة ثبات عالية.

يتوافق كثير من الباحثين أن نسبة الاتفاق التي تصل إلى 90% تعتبر مستوىً عالياً من الثبات، ويفضل ألا تقل عن 80%.

## الخلاصة

تتناول الوحدة التعليمية الثالثة الصدق والثبات من حيث الأهمية في البحث العلمي، وأنواع الصدق والثبات، وطرق إجراء الصدق واختبار الثبات في استمارتي تحليل المضمون والاستبيان.

## تمارين:

اختر الإجابة الصحيحة لكل مما يلي:

**1_ الصدق في أداة قياس البيانات هو:**

A_صدق الباحث في بيانات دراسته

B_صدق المبحوث في إجاباته ضمن بيان الاستبيان

C_صلاحية الأداة لما يراد قياسه

D_كل ما ذكر أعلاه خطأ

**الإجابة الصحيحة C**

**2_ مدى اتفاق النتائج مع نتائج دراسات أخرى ترتبط بالظاهرة موضوع البحث:**

A_الصدق الظاهري

B_صدق المحتوى

C_الصدق التنبؤي

D_صدق التوافق

**الإجابة الصحيحة D**

**3 – 1 – $\frac{\text{عدد الأخطاء}}{\text{عدد الإجابات}}$ معادلة الثبات التي تنسب لِ.**

A_أوسجود

B_ليكرت

C_جتمان

D_جريزر

**الإجابة الصحيحة C**

**4 –قدم ثيرسون معادلة معامل الثبات وهي:**

A– $\frac{ن(ن-1)}{2}$

B– $\frac{ن(ن-2)}{2}$

C– ن (ن-3)

D– ن (ن-1)

**الإجابة الصحيحة A**

**5 –يفضل عند إجراء اختبار الثبات في البحوث الإعلامية أن تكون المدة بين الاختبارين:**

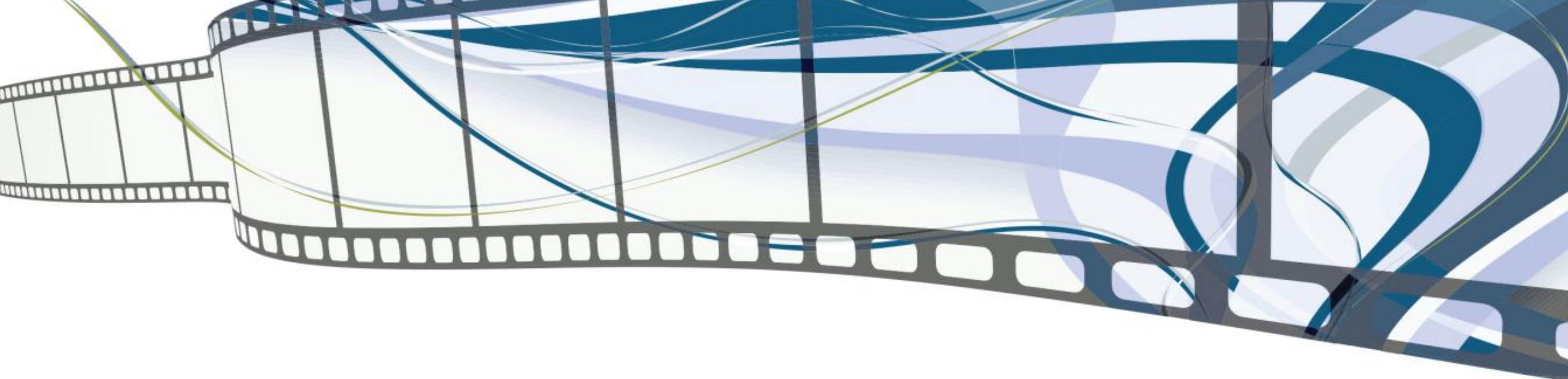
A–أقل من أسبوعين

B–من أسبوعين إلى أقل من شهر

C–من شهر إلى أقل من شهرين

D–شهرين فأكثر

**الإجابة الصحيحة A**



# الوحدة التعليمية الرابعة

# تساؤلات وفروض الدراسة

## الأهداف التعليمية:

**بعد الانتهاء من الفصل الرابع، ينبغي أن يكون كل طالب قادراً على أن:**

1_ يعرّف التساؤل البحثي، الفرض البحثي:

2_ يعرف أهداف صياغة الفروض، والتساؤلات البحثية

3_ أن يعرف شروط صياغة الفرض البحثي

4_ أن يشرح أنواع الفروض:

أ – حسب طريقة صياغتها

ب– حسب كونها موجهة أو غير موجهة

ج– حسب صيغة الإثبات أو النفي

5 _أن يتعرف على كيفية التحقق من الفروض وطريقة اختبارها

يبدأ الباحثون أبحاثهم ببعض التعميمات، أو الأحكام المؤقتة التي تعطي تصوراً عن العلاقة بين متغيرين، أو أكثر، وهذه التعميمات، أو الأحكام تأخذ شكلين:

إما تساؤلات بحثية أو فروض، ويتشابه الشكلين، سوى أن الفرض ينحو إلى التوقع غير الموجود في التساؤل.

## تساؤلات البحث



تستخدم التساؤلات عادة في الأبحاث الجديدة التي لم تحظ بقدر كاف من الدراسات السابقة، تتيح للباحثين بيانات، ومعطيات تساعدهم على توقع علاقات معينة بين المتغيرات، والتساؤلات البحثية تصاغ بشكل مبسط وواضح حول وجود ظاهرة، وما يحيط بها من تفاصيل معينة، وأحياناً يمكن ترجمة بعض التساؤلات إلى فروض بحثية.

مثال1: ما أسباب ودوافع الشباب لتصفح الإنترنت؟

مثال2: كيف تقدم المحطات الإخبارية العربية أخبار الأزمات؟

## الفرض البحثي: Hypothesis




يعتبر الفرض تخميناً مبدئياً يستدل به الباحث على إيجاد العلاقة بين متغيرين أو أكثر، ولا يعد الفرض حكماً على الإطلاق إلا بعد إثباته، فالفروض احتمالية قد تصدق تخميناتها، وقد لا تصدق، ويمكن استخلاص الفروض من العديد من المصادر، فالفرض قد يقوم على أساس النتائج التي توصلت إليها دراسة أو دراسات أخرى، ويلعب مصدر الفرض دوراً هاماً في تحديد ما يقدمه البحث إلى المعرفة العامة، ولكن عند اختبار الفرض لمرة واحدة فقط، تقل فائدة الفرض إذ لا يوجد ضمان بأن العلاقة التي توجد بين متغيرين في دراسة ما ستتواجد في الدراسات الأخرى، وفي بعض الأحيان يلجأ الباحث لإجراء دراسة أولية استكشافية Exploraty studies لجمع بيانات

ومعلومات تساعده على صياغة فروضه البحثية.

## أهداف الفروض البحثية

1ـ توجيه الدراسة: فالفروض تحدد مسار البحث، وبدونها يفتقد الباحث إلى التركيز والوضوح.
2ـ التقليل من احتمالات التجربة.
3ـ تقدم الفروض تفسيرات محتملة للظاهرة أو المشكلة موضوع البحث.
4ـ تحييد تأثير المتغيرات الوسطية (الضابطة).
5ـ المساعدة في تحويل المتغيرات إلى وحدات قابلة للقياس.
6ـ تصبح الفروض التي يتم إثبات صحتها وصدقها بالبحث والاختبار بمثابة قانون علمي.
7ـ تعد الفروض التي يتم اختبارها وسيلة هامة من وسائل تقدم المعرفة العلمية حيث تفتح أمام الباحثين خطوط جديدة للبحث في اتجاهات متعددة.

## أهم شروط صياغة الفروض البحثية

1ـ أن ترتبط بالواقع، وأن تتفق مع المعرفة الحديثة.
2ـ أن تكون منطقية تفسر الظاهرة بدقة دون تعميم، أو تشتت.
3ـ أن تكون واضحة، مختزلة.
4ـ أن تكون قابلة للقياس والاختبار.
5ـ أن ينبع الفرض مما لاحظه الباحث في العمليات الأولية للبحث، وهي المسح، والملاحظة والتجربة.
6ـ أن تصاغ الفروض بصورة تعكس توقعات السلب والإيجاب للنتائج المحتملة التي يخمنها الباحث في فروضه.
7ـ من الضروري أن يتضمن الفرض في صياغته متغيرات وعلاقات بين المتغيرات بعضها ببعض، حتى يمكن استخدامها عند التفسير والشرح لأبعاد الظاهرة ومسبباتها.
8ـ عند صياغة الفروض التي ترتبط بمتغيرات ذات طبيعة كمية Quantative variables، فإن صياغة الفرض لابد أن تأتي في صورة كمية.

مثال فرض: لمستوى الدخل علاقة طردية مع استخدام الإنترنت.

9ـ عند صياغة الفروض التي ترتبط بمتغيرات كيفية Qualitative variables لا تعبر عن حالة كمية كمتغير النوع (ذكر، أنثى) فإن صياغة الفروض لا تشير إلى اتجاه العلاقة.

10ـ يفضل ألا يقتصر البحث على فرض واحد فقط لفتح مجال أوسع أمام البحث إلى اتجاه العلاقة.

## أنواع الفروض: هناك عدة تقسيمات للفروض حسب عدة معايير

### حسب طريقة صياغتها:

قد تأتي صياغة الفرض في شكل سؤال لشرح موقف غامض.

مثال: هل توجد فروق بين أفراد العينة في تعاملهم مع وسائل الاتصال تبعاً لمستواهم الاقتصادي والاجتماعي؟

أو أن تأتي في صيغة جملة مستمرة.

مثال فرض: (كلما ازداد المستوى الاقتصادي الاجتماعي ازداد تعامل الجمهور مع وسائل الاتصال).

### حسب كونها موجهة أو غير موجهة:

– فالفرض الموجه Directonal يقرر وجود العلاقة واتجاهها.

مثال: يوجد ارتباط ايجابي طردي بين تعرض المراهقين للأفلام السينمائية واتجاههم نحو العنف الأسري.

أما الفرض غير الموجه Nondirectional فهو لا يقدم توقعاً حول اتجاه العلاقة بين المتغيرات.

مثال: توجد علاقة بين مشاهدة المراهقين للأفلام السينمائية واتجاههم نحو العنف الأسري,

### صيغة الإثبات أو النفي:

صيغة الإثبات: تثبت وجود علاقة موجبة أو سالبة بين المتغيرات الرئيسية في البحث، ويطلق عليها الفرض البحثي.

مثال فرض بصيغة الإثبات:

توجد علاقة بين المستوى التعليمي للشباب وتعرضهم للبرامج التلفزيونية,

أما في صيغة النفي (الفرض العدمي أو الصفري) فيصاغ الفرض بأسلوب ينفي وجود علاقة بين المتغيرات.

مثال فرض بصيغة النفي:

لا توجد علاقة بين النوع (ذكر، أنثى) وبين قراءة الصحف.

## التحقق من الفروض واختبارها

التحقق من الفروض، يعني اختبار صحتها، وذلك بأن "يعرِّض الباحث ما يعتقده من حلول إلى النقد، أو القياس المنطقي، أو الاختبار.



ويتاح للباحث إما قبول فرض النفي "الفرض العدمي"، وبالتالي حكماً هو يرفض الفرض البحثي الأصلي (فرض الإثبات)، والعكس صحيح فإذا رفض العدمي يقبل الفرض البديل، ومن أهم شروط اختبار الفرض، الموضوعية، وعدم التحيز لإثبات صحة الفرض، وعلى الباحث أن يتقبل النتائج السلبية في حالة إثبات خطأ الفرض، وأن يقتنع أن إثبات خطأ الفرض هو نجاح وإضافة علمية.

ولاختبار الفروض في بحوث الإعلام يتم اختبار العلاقة بين متغيرات الدراسة وفقاً للمعاملات الإحصائية التي تناسب طبيعة العلاقة بين المتغيرات سببية كانت أم ارتباطية. ولتحديد الدلالة الإحصائية يقوم الباحث بوضع مستوى الدلالة Significance level،أو درجة الاحتمالية Probability level الذي يختبر على أساسه الفرض العدمي، فإذا أوضحت نتائج الدراسة درجة احتمالية أقل من المستوى المحدد، يرفض الفرض العدمي، وعلى العكس إذا خلصت نتائج الدراسة إلى درجة احتمالية أكبر من المستوى المحدد، يقبل الرفض العدمي.

وما دامت معظم البحوث تذكر الفرض الأصلي ولا تذكر الفرض العدمي، فالرفض أو القبول يكون عادة للفرض الأصلي.

وأخيراً يمكن الإشارة إلى أنه ليس كل ما هو دال إحصائياً يعد نتيجة مهمة، فاختبار الدلالة الإحصائي يشير إلى أن النتائج ليست راجعة إلى الصدفة أو الخطأ العشوائي.

## الخلاصة

تتناول الوحدة التعليمية الرابعة تساؤلات البحث، والغرض البحثي، وأهداف الفروض البحثية، وأهم شروط صياغة الفروض البحثية، وأنواع الفروض، وطرق إثبات الفروض مع وجود تطبيقات توضيحية.

## تمارين:

اختر الإجابة الصحيحة لكل مما يلي:

### 1_ الفرض ضمن البحث الإعلامي:

A_ قيمة يتم حسابها من البيانات الشخصية

B_ وصف لمتغير ضمن الدراسة

C_ تخمين مبدئي على علاقة بين متغيرين

D_ كل ما ذكر أعلاه خطأ

**الإجابة الصحيحة C**

### 2_ يستعان بالفروض العلمية لِ:

A_ التقليل من احتمالات التجربة

B_ تحويل المتحولات إلى وحدات قابلة للقياس

C_ توجيه الدراسة

D_ كل ما ذكر أعلاه صحيح

**الإجابة الصحيحة D**

### 3_ الفرض الموجه هو:

A_ هو الفرض الذي نحدد فيه طبيعة آنية الدراسة

B_ هو الفرض الذي نحدد فيه الفترة الزمنية للدراسة

C_ الذي يقرر وجود العلاقة واتجاهها

D_ كل ما ذكر أعلاه خطأ

**الإجابة الصحيحة C**

**4- عندما يصاغ الفرض بطريقة تنفي وجود العلاقة نسميه:**

A- فرض النفي

B- الفرض العدمي

C- الفرض الصفري

D- كل ما ذكر أعلاه صحيح

**الإجابة الصحيحة D**

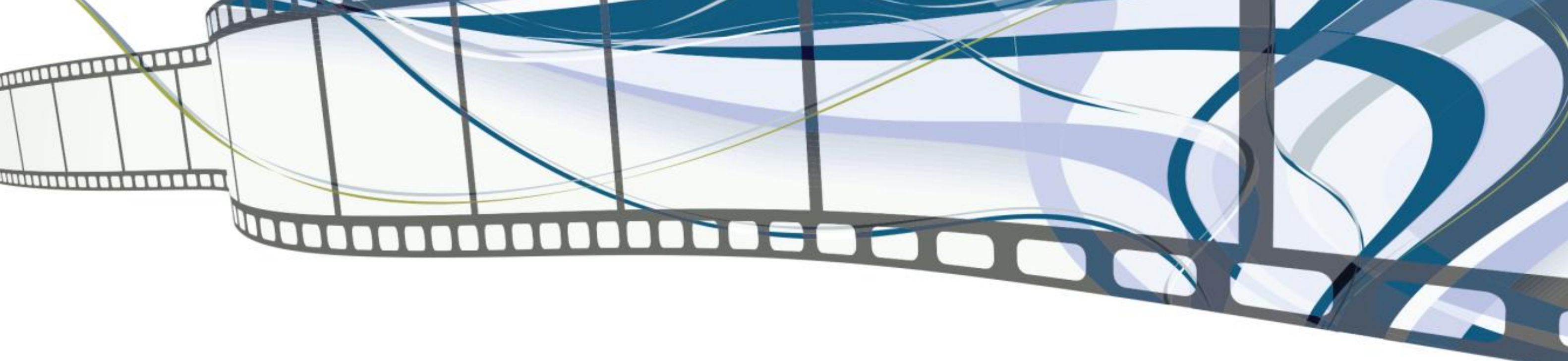
**5- يقبل الفرض العدمي في حالة:**

A- أن درجة الاحتمالية أقل من المستوى المحدد

B- أن درجة الاحتمالية أكبر من المستوى المحدد

C- أن درجة الاحتمالية أكبر أو أصغر من المستوى المحدد لا فرق

**الإجابة الصحيحة A**



# الوحدة التعليمية الخامسة

# المناهج المتبعة في الدراسات الإعلامية

## الأهداف التعليمية:

بعد الانتهاء من دراسة الفصل الخامس، ينبغي أن يكون كل طالب قادراً على أن:

1ـ يحدد المقصود بالمنهج

2ـ يقارن ويشرح المناهج المتبعة في الدراسة الإعلامية:

أ – المنهج التاريخي

ب– المنهج الوصفي

ج – المنهج التجريبي

3ـ يشرح:

- خصائص المنهج التاريخي وقواعده
- مصادر معلومات المنهج التاريخي

4 ـ يقارن بين طرق وأساليب المنهج الوصفي في بحوث الإعلام:

ا – طريقة دراسة العلاقات المتبادلة

ب– طريقة الدراسات التطورية

ج– طريقة الدراسات المسحية

5 ـ أن يتعرف على طريقة الدراسات المسحية من خلال عدة محاور:

تصنيفات منهج البحث:

أ – التصنيف حسب الهدف (الوصفي، التحليلي)

ب– التصنيف حسب نطاق تطبيق الدراسة. (مسح الرأي العام، مسح جمهور وسائل الإعلام، مسح وسائل الإعلام، مسح أساليب الممارسة الإعلامية، أسلوب مسح المحتوى)

## المنهج في العلوم الاجتماعية

وردت كلمة المنهج في المعجم الوسيط بمعنى "الطريق البين إلى الحق في أيسر سبله".
وأخذت كلمة منهج Method معناها الحالي كمجموعة من القواعد والإجراءات التي تهدف للوصول إلى الحقيقة.
وقد اصطلح على تقسيم المنهج في العلوم الاجتماعية إلى التقسيمات التالية:

1 ـ المنهج التاريخي.
2 ـ المنهج الوصفي.
3 ـ المنهج التجريبي.

## المنهج التاريخي في بحوث الإعلام

يهتم بدراسة أحداث وظواهر ووثائق الماضي، عن طريق جمع المعلومات والحقائق المتصلة بها من مراجعها الأصلية بهدف التعرف على حقيقتها، بمعنى آخر أي دراسة الظاهرة وربطها بسياقها التاريخي.
مثال: عند استخدام المنهج التاريخي في دراسة ظاهرة الصحافة الحزبية السورية، لا يمكن أن ندرس هذه الظاهرة بمعزل عن الظروف السياسية، والثقافية، والاجتماعية، والاقتصادية السائدة في تلك الفترة.




### أ. خصائص المنهج التاريخي:

1 ـ الاستدلال بما هو معروف تاريخياً لتفسير ما هو مجهول.
2 ـ دراسة العصر الذي بدأت فيه الظاهرة كنقطة بداية، والاعتماد على الوثائق والمستندات والسجلات التاريخية لتتبع الظاهرة وما يحيط بها من ملابسات وظروف.
3 ـ استخدام أسلوب واحد في تحليل مواقف وأحداث وشواهد المادة التاريخية.

## ب. قواعد المنهج التاريخي:




يعتمد المنهج التاريخي على قاعدة أو أكثر من القواعد الأربعة التالية:

**1_ قاعدة التحديد:**

أي تحديد الظاهرة زمنياً ومكانياً، مع الاهتمام بالظروف التي صاحبتها كجزء لا يتجزأ منها.

**2_ قاعدة التحليل:**

أي جمع أكبر قدر من المعلومات المتعلقة بالظاهرة، وإجراء دراسة نقدية عليها للتأكد من صحتها.

**3_ قاعدة التركيب:**

وتعني صياغة المادة التاريخية صياغة علمية، وتجاوز مرحلة السرد إلى استخلاص أسباب الوقائع والظواهر.

**4_ قاعدة إصدار الأحكام:**

تعني الحكم على الظاهرة بمنطق العصر الذي ظهرت فيه.

### ج. مصادر معلومات المنهج التاريخي:

تتعدد مصادر معلومات المنهج التاريخي، ويمكن أن تنقسم إلى المصادر الأساسية التالية:

**1ـ مصادر بشرية:**

وهم شهود العيان، والمعاصرون، والمشتركون في الموضوع قيد البحث والدراسة.

**2ـ مصادر مكتوبة ومشاهدة: وتنقسم إلى:**

أ –المخطوطات: بعد إخضاعها للنقد الداخلي بما تتضمنه من نصوص ولغة، وأسلوب، وشواهد، وبراهين، ونعرضها للنقد الخارجي من حيث الزمن الذي كتبت فيه.

ب ـالوثائق الرسمية من مقالات وأفكار، وأشعار، وسجلات، وتقارير، وصحف، ومراسلات.

ج– الآثار، والرسومات كشواهد مادية.

## المنهج الوصفي في بحوث الإعلام

يتصل مفهوم البحث الوصفي The discriptive reserch بدراسة واقع الأحداث والمواقف والآراء، ووصفها، وتحليلها، وتفسيرها بهدف الوصول إلى استنتاجات مفيدة، وتوفر الدراسات الوصفية رصيداً من البيانات والمعلومات الأساسية حول الظواهر، مما يتيح للباحثين الاستفادة من هذه المعلومات والبيانات لاستنباط فروض، ومحاولة التفسير، والتنظير على أساسها.

ويختص المنهج الوصفي بواقعيته، لأنه يدرس الظاهرة كما هي في الواقع، ويعتبر أكثر المناهج استخداماً في البحوث الاجتماعية والإعلامية.

## طرق وأساليب المنهج الوصفي في بحوث الإعلام

اعتمدت كثير من الأدبيات العربية تقسيم البحوث الوصفية إلى:

أ –طريقة دراسة العلاقات المتبادلة.

ب ـطريقة الدراسات التطورية.

ج –طريقة الدراسات المسحية.

### أ. طريقة دراسة العلاقات المتبادلة:

وهي طريقة يعتمد على الوصف والتفسير، وتتجاوزه إلى دراسة العلاقات القائمة بين المتغيرات، وتحليلها، والتعمق فيها لمعرفة نوع ودرجة الارتباط القائمة بينها، وتتفرع عن هذه الطريقة الأساليب البحثية التالية:

أ-أسلوب دراسة الحالة: وهو أسلوب منهجي يستهدف وصف لحالة أو سلوك، أو موقف أو جماعة، بغرض الكشف عن خصائص ظاهرة معينة عن طريق دراسة العلاقة بين عناصر الظاهرة، ومكوناتها، والعوامل الداخلة فيها، في إطار إعلامي معين.

ب-الدراسات السببية المقارنة: يميز هذه الدراسة أنها تفسح المجال لعقد المقارنات لجوانب الاتفاق والاختلاف بين أسباب عدد من الظواهر.

ج-الدراسة الارتباطية: تهدف إلى معرفة وتحديد العلاقة بين المتغيرات واتجاه هذه العلاقة، ودرجتها وقوتها.

### ب. طريقة الدراسات التطورية:

تهتم الدراسات التطورية برصد المعلومات والبيانات حول الظواهر المختلفة التي تسود في المجتمعات، والمتغيرات التي تصاحبها خلال فترات زمنية.

ومن أهم أسس هذه الطريقة الاهتمام بما يلي:

أ – الأسباب والمتغيرات التي أدت إلى حدوث الظاهرة.

ب-العلاقة الزمنية بين الظاهرة والمتغيرات التي أدت إليها.

ج-العلاقة المكانية بين الظاهرة والمتغيرات التي أدت إليها.

د- وضع الظاهرة في إطار حركة التطور والتغير في المجتمع الذي نشأت فيه.

### ج. طريقة الدراسة المسحية: Survey

تستخدم طريقة (منهج) المسح في البحوث الوصفية التي تهدف إلى وصف صفات ظاهرة معينة، وتتعدد تصنيفات منهج المسح ومن أبرز هذه التصنيفات:

**أولاً: التصنيف حسب الهدف: بدوره ينقسم إلى نوعين أساسيين:**

أ – المسح الوصفي: Desciptive survey: ويهدف إلى وصف وضع ظاهرة بوضعها الراهن.

مثال: قيام مؤسسة إعلامية صحفية بدراسة السلوك الاتصالي (مشاهدة، أو قراءة، أو استماع...) للجمهور، ومعرفة رأيهم، واتجاههم إزاء هذه المؤسسة الإعلامية.

ب–المسح التحليلي: يهدف إلى وصف وتحليل وتفسير الظاهرة الإعلامية من خلال التعمق في دراسة العلاقة بين المتغيرات.

مثال: دراسة العوامل التي تؤثر على الرضا الوظيفي لدى العاملين في المؤسسات الإعلامية.

**ثانيا: التصنيف حسب نطاق تطبيق الدراسة:**

**1ـ مسح الرأي العام:**

تهدف هذه المسوح إلى التعرف على أراء واتجاهات ومواقف، وقيم، ودوافع، ومعتقدات وانطباعات عينة من الجمهور.

ومن مزايا المسح في قياس الرأي العام، أنه يتيح المعلومات في اتجاهين من أصحاب القرار إلى الجماهير وبالعكس.

أما عيوب الدراسة المسحية في قياس الرأي العام، أنه يصعب إجراء المسوح بمعزل عن الظرف السياسي والاقتصادي والاجتماعي الذي يعمل الباحث من خلاله، وقد يتحول البحث من أسلوب علمي لقياس الاتجاهات والمواقف والآراء إلى أداة لخدمة أداة غير علمية تبعاً لمعايير وضغوط خاصة.

كما يعاب على هذه المسوح احتمال التحيز عن طريق طرح أسئلة إيحائية غير موضوعية، كما يعاب عليه التحيز في اختيار العينات، وتطرح شكوك جدية حول قيام هذه المسوح بقياس الآراء الشخصية للأفراد بشكل منفرد أكثر من قياسها للرأي العام، إذ من المتوقع اختلاف آراء الأفراد فيما لو تم سؤالهم عن آرائهم وسط الجماعة، وقد حاول الباحثون تدارك هذا العيب من خلال إجراء المقابلات الجماعية.

**2– مسح جمهور وسائل الإعلام:**

نشأت دراسات جمهور وسائل الإعلام في بداياتها لخدمة أهداف تجارية، وبما أن جمهور وسائل الإعلام يتصف بالتنوع الشديد، فهو متنوع الاتجاهات، والرغبات، متباين المستويات الاقتصادية والاجتماعية والتعليمية...الخ.

إن جمهور وسائل الإعلام هو أكثر من مجرد حاصل جمع عدد من الأفراد، إنه يعني جماعة ما تدين بوجودها لاشتراك أفرادها في تجارب وتقاليد وظروف بعينها، غير أن هذه الجماعة غير متماثلة تماماً.

بوجه عام تهدف الدراسة المسحية في مجال جمهور وسائل الإعلام إلى معرفة السلوك الاتصالي لجمهور وسائل الإعلام، وتفضيلاته من المضامين الإعلامية، ومعرفة آراء الجمهور إزاء وسائل الإعلام.

**3-مسح وسائل الإعلام:**

يهدف هذه النوع من المسوح إلى التعرف على شخصية الوسيلة الإعلامية، وما يميزها عن غيرها من الوسائل شكلاً، أو مضموناً من خلال عدة جوانب:

أ -دراسة أرقام المتابعة والقراءة للوسيلة الإعلامية.

ب -مقارنة الأداء الإعلامي للوسائل الإعلامية.

ت -رصد سمات وخصائص الوسائل الإعلامية.

**4-مسح أساليب الممارسة الإعلامية:**

أي دراسة الجوانب الإدارية والتنظيمية والتحريرية وتشمل ما يلي:

أ -التعرف على إيجابيات وسلبيات المرافق الإعلامية، إدارياً وتنظيمياً.

ب -دراسة العاملين في وسائل الإعلام المختلفة، طبيعة عملهم، مؤهلاتهم، الرضا الوظيفي عندهم.

ت -البرامج والسياسات الإعلامية للمؤسسات.

**5-أسلوب مسح المحتوى (المضمون). Content analysis**

تحليل المضمون هو أسلوب بحثي للوصف الموضوعي المنظم الكمي للمحتوى الظاهر للاتصال. ويتصف بأنه:

أ ـ منظم: أي له نظام ثابت.

ب ـ وصفي: الهدف الأساسي لتحليل المضمون هو توصيف وتصنيف المحتوى.

ج ـ موضوعي: أي أنه لا ذاتي، ومحايد.

د ـ كمي: أي أنه وصف كمي وليس كيفياً بحتاً.

وسنفرد في فصل لاحق شرحاً موسعاً مع نماذج تطبيقية تشرح أسلوب مسح المحتوى.

## المنهج التجريبي

يعد المنهج التجريبي أحد المناهج العلمية التي يستعملها الباحث لاختبار الفروض، فالتجربة تحقيق علمي يضبط الباحث من خلاله متغيراً مستقلاً أو أكثر يمكنه من ملاحظة التغير المصاحب في ذلك المتغير أو المتغيرات التابعة.

وسنفرد في فصل لاحق شرحاً موسعاً للمنهج التجريبي.

## الخلاصة

تتناول الوحدة التعليمية الخامسة بالشرح المناهج المتبعة في الدراسات الإعلامية (المنهج التاريخي، المنهج الوصفي، المنهج التجريبي)، وتشرح خصائص كل منهج وأساليبه وقواعده

## تمارين:

اختر الإجابة الصحيحة لكل مما يلي:

### 1ـ اصطلح الباحثون على تقسيم المنهج في العلوم الاجتماعية إلى:

Aـمنهج تاريخي، وصفي، تجريبي

Bـمنهج تاريخي ، وصفي، إعلامي

Cـمنهج تاريخي، تطوري، تجريبي

Dـمنهج تطوري، وصفي، تجريبي

**الإجابة الصحيحة A**

### 2ـ يعتمد المنهج التاريخي على قواعد:

Aـ التحديد

Bـ التركيب

Cـإصدار الأحكام

Dـكل ما ذكر أعلاه صحيح

**الإجابة الصحيحة D**

### 3ـ أكثر المناهج المتبعة في الدراسات الإعلامية واقعية:

Aـ المنهج التاريخي

Bـ المنهج الوصفي

Cـ المنهج التدريبي

Dـ المنهج المقارن

**الإجابة الصحيحة B**

**4 ـطرق دراسة العلاقات المتبادلة، والدراسات التطورية، والدراسات المسحية تقسيمات أساسية لِ:**

Aـ المنهج التاريخي

Bـ المنهج الوصفي

Cـ المنهج التجريبي

Dـ المنهج المقارن

**الإجابة الصحيحة B**

**5 ـمسح وسائل الإعلام يهدف إلى:**

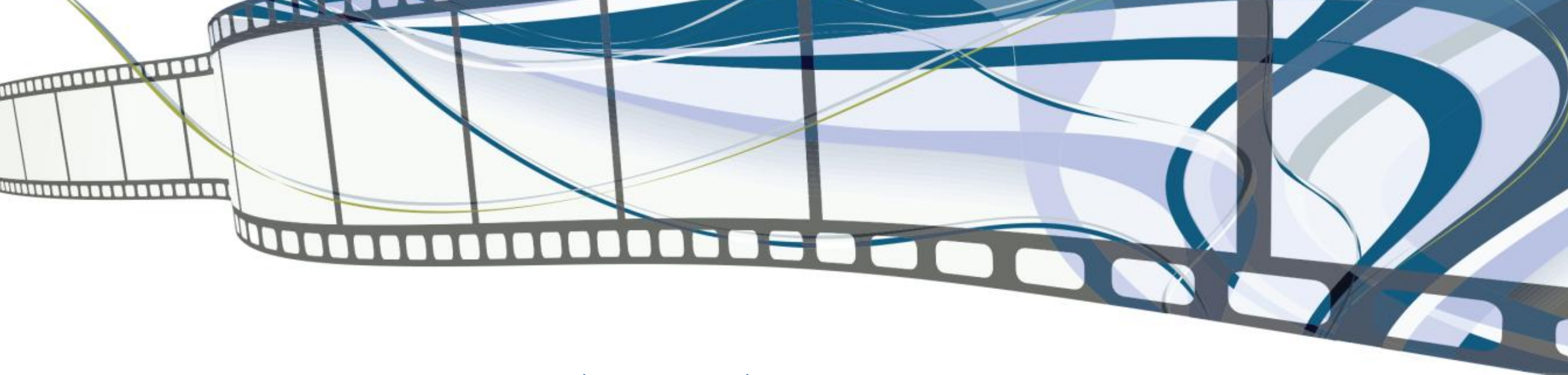
A ـ دراسة الجوانب الإدارية والتنظيمية في الوسيلة الإعلامية

B ـ دراسة جمهور وسائل الإعلام

C ـ تحليل مضمون وسائل الإعلام

D ـ كل ما ذكر أعلاه صحيح

**الإجابة الصحيحة C**



# الوحدة التعليمية السادسة

# أدوات جمع البيانات

## الأهداف التعليمية:

بعد الانتهاء من دراسة الفصل السادس، ينبغي أن يكون كل طالب قادراً على أن:

1ـ يعرِّف:

- الملاحظة
- المقابلة
- الاستبيان

2ـ أن يصنِّف المقابلة حسب:

أ – أسلوب التواصل بين الباحث والمبحوث (مقابلة شخصية، مقابلة تلفونية)

ب– الأسلوب المستخدم في المقابلة (المقابلة المقننة، المقابلة غير المقننة)

3ـ أن يتعرف على مراحل تخطيط وتنفيذ المقابلة

4ـ أن يتعرف على خطوات تصميم وتنفيذ الاستبيان

5ـ أن يميز بين أساليب صياغة أسئلة الاستبيان تبعاً لَ:

أ – نوعية

ب – من حيث طريقة كتابتها

6ـ الإطلاع على المعايير والشروط لصياغة أسئلة الاستبيان

## تحديد أدوات جمع البيانات

- الملاحظة Observation.
- المقابلة Interview.
- الاستبيان Questionnaire.

### أدوات جمع البيانات:

يتحدد اختيار الباحث لأدوات جمع البيانات تبعاً لعدة أمور أهمها:

- موضوع البحث.
- مشكلة البحث والهدف منه.
- نوعية البيانات والمطلوبة التي يتطلبها البحث.
- نوع الجمهور الذي تجرى عليه الدراسة.
- منهج الدراسة وأسلوبها.

ومن أهم الأدوات المستخدمة في الدراسات والبحوث الإعلامية:

## الملاحظة observation

تعد الملاحظة أسلوباً للاستقصاء العلمي على الرغم من أن بعض المهتمين يرونها غير علمية، نظراً لتدخل الانطباعات الذاتية، وتأثيرها على طبيعة البيانات والمعلومات التي يتم جمعها، إلا أن الملاحظة تمتاز بإمكانية تسجيل السلوك كما يحدث.

## المقابلة Interview

تعرف أنها اتصال شخصي وحوار بين شخصين أحدهما الباحث الذي يحاول الحصول على البيانات والمعلومات والحقائق والآراء، والأحكام، والتقييمات من الشخص الآخر.

وقد يتصل القائم بالمقابلة بالمبحوثين وجهاً لوجه، أو عبر التلفون، أو البريد العادي، أو الإلكتروني ويمكن تناول كل أسلوب لمزايا وعيوب، وهناك عدة تصنيفات للمقابلة تبعاً لطبيعة البحث وأهداف الدراسة:

### أ. تصنيفات المقابلة:

**أولاً: التصنيف حسب أسلوب التواصل بين الباحث والمبحوث:**

**1 ـ المقابلة الشخصية:Personal interviews**

وتتم عن طريق الاتصال المباشر بين الباحث والمبحوث.

ومن مزايا المقابلة الشخصية في الدراسات والبحوث الإعلامية حدوث الاتصال المباشر بين الباحث والمبحوث يزيل كثيراً من غموض بعض الأسئلة، أو التعليمات الخاصة بها، وتتيح الفرصة لتشجيع المبحوث على التجاوب بفاعلية مع الأسئلة نظراً لرجع الصدى المتبادل بين الباحث والمبحوث. ويعيب المقابلة الشخصية ارتفاع تكلفتها، كما قد تؤثر شخصية الباحث وأسلوبه في طرح الأسئلة على إجابات المبحوث، وقد تحرج المبحوث في الإجابة عن بعض الأسئلة الشخصية الحساسة.

**2 ـ المقابلة التليفونية Telephone interviews**

تتيح المقابلة التلفونية سرعة في الإنجاز، وانخفاضا في التكلفة، وتقليل إحراج المبحوث في حالة ورود أسئلة شخصية حساسة.

**ثانياً: التصنيف على أساس الأسلوب المستخدم في المقابلة:**

**1 ـ المقابلة المقننة: Structured interview**

وهي المقابلة التي تتبع إجراءات وخطوات مرسومة ومحددة مسبقاً، كتحديد الأسئلة وكتابتها بشكل موحد توجه إلى جميع المبحوثين دون أدنى تغيير في الصياغة أو التركيب، وعادة تستخدم الأسئلة ذات النهاية المغلقة في هذا النمط من المقابلات، وتقل فيها الأسئلة المفتوحة.

**2 ـ المقابلة غير المقننة: Unstructured interview**

يتصف هذا النوع من المقابلات بالمرونة في إدارة المقابلة، وفي محاور المقابلة والأسئلة المطروحة، يترك للمبحوث حرية كاملة في طرح موضوعات فرعية، والتعبير عن آراءه، ومواقفه، واتجاهاته.

وتزداد الأسئلة المفتوحة على حساب الأسئلة ذات النهاية المغلقة، في هذا النوع من المقابلات وبصفة عامة تستخدم المقابلة غير المقننة في الدراسات الاستطلاعية، والدراسات التي تهدف إلى التعمق في شخصية المبحوث لمعرفة آراءه، واتجاهاته، ومعتقداته.

### ب. مراحل تخطيط المقابلة:

تمر المقابلة في عدة مراحل:

**1 ـ اختيار عينة المبحوثين:**

يقل أفراد العينة في المقابلة، مما يستدعي تدقيق الباحثين في اختيار المبحوثين لتحقيق الفائدة المتوقعة من المقابلة، وبما يخدم أهداف الدراسة.

**2 ـ تصميم استمارة المقابلة:**

تتماثل أسئلة المقابلة مع أسئلة الاستبيان إلى حد بعيد، غير أن أسئلة المقابلة تستخدم أسئلة مفتوحة أكثر، كما أن توجيهات وتعليمات الحديث والحوار تختلف عن تعليمات استمارة الاستبيان، ويمكن للباحث الاستعانة بوسائط معينة مكتوبة، أو مسموعة، أو مرئية لزيادة تجاوب المبحوث في المقابلة.

**3 ـ اختيار الباحثين الميدانيين:**

قد لا يستطيع الباحث لوحده القيام بجميع المقابلات مع المبحوثين، فيضطر إلى الاستعانة بباحثين ميدانيين مدربين، ويقوم هو بنفسه بتعريفهم بأهداف الدراسة، وطبيعتها، والاتفاق معهم على طبيعة مهمتهم.

ويجب أن يتمتع الباحث الميداني بالصبر، والقدرة على إدارة الحوار وتشجيع المبحوثين على الإدلاء بالمعلومات والآراء.

**4 ـ الحصول على الموافقات والتسهيلات لإجراء المقابلة:**

يتوجب على الباحث الحصول على الموافقات من الأجهزة الإدارية المسؤولية التي يوكل إليها دراسة موضوع المقابلة والهدف منها. وإعطاء الموافقات اللازمة لتسهيل مهمة الباحث دون معوقات إدارية.

### ج. إدارة المقابلة:

وضع المهتمين مجموعة من الإرشادات والقواعد لإجراء مقابلة ناجحة:

– دراسة الأسئلة جيداً، وفهمها، والتدرب عليها بهدف التمكن من توجيهها للمبحوثين بثقة ودون الاعتماد على قراءتها من ورق أو أي مصدر آخر.

- إجراء تدريبات لأجراء مقابلة افتراضية مع المبحوثين بهدف التمكن من إجراء المقابلة الحقيقة.
- إتقان فهم وتنفيذ تعليمات وإرشادات استمارة المقابلة.
- يجب ألا ينسى الباحث الميداني أنه في ضيافة المبحوث أثناء المقابلة.
- عدم التصنع، أو القيام بأي تصرفات تثير ريبة المبحوث.
- مراعاة إجراء المقابلة مرة واحدة دون جلسات إضافية.
- الحرص على مقابلة المبحوثين فقط بشكل فردي دون تدخل من الآخرين (أفراد الأسرة، زملاء العمل، الأصدقاء...).
- الالتزام بمقدمة استمارة المقابلة، وطرح الأسئلة دون تأويل أو تحريف، وبالترتيب نفسه.
- تكرار السؤال لمرة واحدة في حال عدم فهمه من قبل المبحوث، وبالصياغة نفسها والترتيب نفسه.
- التصرف بلباقة وإعادة المبحوث إلى محور المقابلة إذ استطرد في إجابته أو ابتعد عن محور وهدف المقابلة
- الحرص على تبديد مخاوف المبحوث، أو تردده في حال طرح أسئلة صعبة.
- إذا واجهت المبحوث مشكلة رفض أو اعتراض المبحوث على بعض الأسئلة لا مانع ما تكرار السؤال بطريقة أخرى لا تخل بمعنى السؤال أبداً.
- يجب إجراء مراجعة ميدانية لاستمارة المقابلة للتأكد من استيفاء جميع الأسئلة والأجوبة.

### د. عوامل نجاح المقابلة:

لا شك أن نجاح المقابلة يرجع إلى عدة عوامل:

- مهارة وتمكن الباحث الميداني (القائم بالمقابلة).
- تجاوب المبحوث.
- تهيئة الظروف المناسبة لأجراء المقابلة.

ولعل من أهم العوامل السابقة تمكن القائم بالمقابلة من طبيعة مهمته.

## الاستبيان Questionnaire




الاستبيان (الاستقصاء) Questionnaire هو أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف استثارة المبحوثين بطريقة منهجية لتقديم آراء، ومواقف، وحقائق، أو أفكار، أو بيانات، في إطار موضوع الدراسة وأهدافها.

ورغم قيام الباحث بصياغة أسئلة الاستبيان، وطرح معظم خيارات الإجابة وفق توقعاته للموضوع، إلا أن الباحث في التقرير الذاتي واختيارات المبحوثين التي يقررونها كإجابات عن الأسئلة الواردة في الاستبيان.

ويعتبر الاستبيان من أكثر أدوات جمع البيانات شيوعاً واستخداماً في منهج المسح، وفي الدراسات الإعلامية الخاصة بجمهور المتلقين (جمهور وسائل الإعلام) للأسباب التالية:

1- يتيح الاستبيان إمكانية الوصول إلى جمهور وسائل الإعلام شديد التنوع والضخامة، مع صعوبة إجراء أساليب أخرى لجمع البيانات مثل المقابلة أو الملاحظة.
2- يساعد الاستبيان في تأمين كثير من البيانات والمعلومات التي تتطلبها الدراسة الإعلامية الوصفية التي تسعى لمعرفة سمات وخصائص الجمهور، وأنماط سلوكه، والحصول على إحصاءات عن متغيرات تفيد في تفسير العلاقات السببية وشرحها وتحليلها.
3- يجنب الاستبيان الدراسة كثير من احتمالية التحيز والتدخل من قبل الباحث عند استيفاء البيانات والمعلومات من المبحوث.
4- يتيح الاستبيان الحصول على معلومات دقيقة، متجانسة، مبوبة، ومصنفة.
5- يقسم الاستبيان المجال أمام المبحوث لتحري الدقة، والتأني في فهم الأسئلة، والإجابة عليها بعد تفكير.

## معوقات تحد من جدوى استخدام الاستبيان

يتجنب بعض الباحثين اللجوء إلى الاستبيان في دراستهم نظراً لوجود عدة معوقات أبرزها:

1ـ وجود شريحة من المجتمعات العربية تعاني من الأمية، مما يعقد استيفاء البيانات اعتماداً على المبحوث وحده دون تدخل الباحث (لقراءة الاستبيان).

2ـ صعوبة صياغة بعض الأسئلة في الاستبيان التي تسعى إلى معرفة الآراء، والاتجاهات، والمعتقدات، والأفكار، والقيم، ولبعض البيانات التي تحتاج إلى تواصل مباشر بين الباحث والمبحوث.

3ـ تهرب نسبة لا بأس بها من المبحوثين من التعامل مع استمارة الاستبيان.

4ـ قد لا يستطيع الباحث أن يتحكم ويضبط الظروف الذي تجري فيها الإجابة على أسئلة الاستبيان.

## خطوات تصميم الاستبيان

يوضح الشكل التالي الخطوات التي يجب أن يتبعها الباحث لتصميم الاستبيان:

| | |
|---|---|
| الخطوة الأولى: | تحديد أهداف الاستبيان. |
| الخطوة الثانية: | تحديد البيانات والمعلومات المطلوبة. |
| الخطوة الثالثة: | تحديد طبيعة ونوع الاستبيان. |
| الخطوة الرابعة: | تحديد محاور الاستبيان. |
| الخطوة الخامسة: | صياغة الأسئلة وتحديد الإجابات المتاحة للأسئلة. |
| الخطوة السادسة: | ترتيب الأسئلة. |
| الخطوة السابعة: | تصميم الشكل الخارجي للاستمارة إخراجياً. |
| الخطوة الثامنة: | تحكيم الاستمارة، وتلقي الملاحظات. |
| الخطوة التاسعة: | إجراء اختبار قبلي، وحصر السلبيات. |
| الخطوة العاشرة: | إجراء التعديلات المطلوبة، وإقرار الصيغة النهائية للاستبيان شكلاً ومضموناً. |

### أ. الخطوة الأولى: تحديد أهداف الاستبيان:

يضمن الباحث توفير جهد ووقت كبيرين عند تحديده أهدافاً للاستبيان الذي يقوم به، ولا شك أن أهداف الاستبيان ستكون ترجمة علمية لأهداف الدراسة.

### ب. الخطوة الثانية: تحديد البيانات والمعلومات المطلوبة:

يستطيع الباحث أن ينطلق من تساؤلات الدراسة وفروضها لتحديد البيانات والمعلومات التي يسعى للحصول عليها ولا يجب أن يقع في فخ الرغبة في الحصول على معلومات وبيانات احتياطية على مبدأ أن البيانات والمعلومات الزائدة لا تضر، لأن ذلك يشتت بحثه، ويطيل من أسئلة الاستبيان.

### ج. الخطوة الثالثة: تحديد طبيعة ونوع الاستبيان:

يجب على الباحث تحديد هل الاستبيان مقنن أو غير مقنن؟، هل سيتم ملؤه عبر البريد العادي؟، أم البريد الإلكتروني أم التلفون؟، أم المقابلة الشخصية؟

### د.الخطوة الرابعة: تحديد محاور الاستبيان:

يجب أن يحدد الباحث في مرحلة مبكرة المحاور التي يجب أن يتضمنها الاستبيان، وكل محور يمكن أن يتفرع إلى حزمة من الأسئلة.

### هـ. الخطوة الخامسة: صياغة الأسئلة / تحديد الإجابات:

يمكن تقسيم الأسئلة التي تتضمنها أسئلة الاستبيان بناءً على عدة معايير:

أولاً: تقسيم الأسئلة تبعاً لنوعية البيانات والمعلومات المطلوب الحصول عليها:

**1ـ أسئلة تهدف إلى معرفة الحقائق:**

مثل الأسئلة الخاصة بالمتغيرات الخاصة والديمغرافية (السكانية)، (كالعمر، النوع ذكر أو أنثى/، التعليم، المهنة، الحالة الاجتماعية متزوج أو عازب،...إلخ/، الدخل) وغيرها من السمات والخصائص التي تميز الأفراد، وكثيراً ما تكون هذه الأسئلة معلقة باحتمالات إجابة محددة.

**2ـ أسئلة تهدف لتحديد الآراء والمواقف والاتجاهات والمعتقدات والقيم:**

تواجه هذه النوعية من الأسئلة صعوبات كثيرة منها ضرورة صياغة الأسئلة والإجابات بدقة شديدة، عدم الثقة الكاملة بأن المبحوثين قد فهموا العبارات تماماً، وأنها تعبر عما يريدون التعبير عنه خصوصاً عندما تتعلق الأسئلة بالاتجاهات، بالإضافة على صعوبة تحديد معايير ثابتة للاتجاهات، وقوتها.

**3ـ أسئلة تهدف إلى قياس معارف معلومات المبحوث:**

تقل هذه الأسئلة ضمن استمارة الاستبيان، ولكن قد يلجأ إليها الباحث لتحديد المستوى الثقافي والمعرفي للمبحوث مما يساعده على تفسير العلاقات البينية بين متغيرات الدراسة.

**4ـ أسئلة تهدف إلى معرفة السلوك:**

يستعين الباحث بمجموعة من الأسئلة التي تقيس السلوك، سواء كان سلوكاً اتصالياً حصل في الماضي أو الحاضر، أو أسئلة تقيس السلوك في الحياة الاجتماعية، مما يفيد في تفسير كثير من التأثيرات السلوكية الناتجة عن تأثيرات وسائل الإعلام على الأفراد.

**ثانياً: تقسيم الأسئلة من حيث طريقة كتابتها:**

**1ـ الأسئلة المفتوحة ذات الإجابة الحرة Open-Ended Questions:**

يترك للمبحوث حرية الإجابة على هذه الأسئلة دون طرح أي بدائل للإجابة (من قبل الباحث)
مثال 1: ما المحطة التلفزيونية العربية التي تلجأ إليها لمعرفة آخر الأحداث، ولماذا؟
مثال 2: ما اقتراحاتك لتطوير وتحسين مضمون وشكل الصفحات الثقافية في الصحف السورية؟

وتساعدنا هذه الأسئلة في جمع المعلومات عن شعور المبحوثين، ومن عيوبها عدم تشجيع بعض المبحوثين للإجابة عنها نظراً لضرورة بذل جهد في التفكير والكتابة، كما أنها تحتاج إلى وقت طويل لتصنيفها وتبويبها، وإلى جهد علمي للتحليل والتفسير.

**2ـ الأسئلة المفتوحة المغلقة Stimulus Open / Response Format:**

وهنا يعطى للمبحوث إجابات متعددة، ويطلب منه الإجابة عن السؤال مع إمكانية اختيار عدة إجابات دون التقيد بعدد معين.

مثال: ما أنواع البرامج التي تحب متابعتها في المحطات التلفزيونية العربية؟

- الأخبار.
- المنوعات.
- الدراما والمسلسلات.
- برامج الفئات (مرأة، شباب/...إلخ).
- برامج ثقافية.
- برامج دينية.
- أخرى (أذكرها).

**3ـ الأسئلة المغلقة ذات الإجابات المحددة Open-Ended With Preceded Answers**

يساعد هذا النوع من الأسئلة في تجاوز سلبيات الأسئلة المفتوحة ذات الإجابات الحرة، وكذلك سلبيات استخدام بدائل عديدة للإجابة قد لا تلبي كل الاحتمالات التي تدور في ذهن المبحوث.

ويقوم الباحث في هذا النوع من الأسئلة (المغلقة مع إجابات محددة) بإعطاء المبحوث حرية كاملة للإجابة، مع احتفاظ الباحث بفئات الإجابات المحتملة للمبحوث دون أن يطلعه عليها، ويقوم الباحث لاحقاً بترجمة الإجابات الحرة للمبحوث إلى فئات ورموز يسهل عليه تبويبها، وتصنيفها، وتحليلها، وتفسيرها.

مثال: لماذا تقرأ صحيفة تشرين؟

فتكون إجابة المبحوث (الحرة) افتراضياً كما يلي:

لأنني أستطيع شراءها، ولأنها تتضمن كل ما أرغب به، لأنها تثقفني.

وهنا يقوم الباحث بوضع فئات للإجابة:

- لأنها تناسب ظروف المبحوث.
- لأنها تلبي احتياجات المبحوث.
- لأنها تساعد المبحوث على اكتساب المعارف.

لا شك أن لهذه الطريقة في الأسئلة سلبيات لا يمكن إنكارها: مثل عدم جدواها إلا في حالة المقابلة المباشرة بين الباحث والمبحوث، والشك في قدرة الباحث على تبويب وتصنيف الإجابات بدقة وموضوعية.

### 4 – الأسئلة المغلقة Closed-Ended Questions

تعتمد هذه الأسئلة على إجابات محددة مسبقاً، وتستخدم للحصول على بيانات ومعلومات تتعلق بالسمات الخاصة للمبحوث، والحقائق، ويندر استخدامها في الأسئلة التي تهدف إلى الحصول على بيانات خاصة بالاتجاهات والمواقف والقيم.

مثال 1: هل تتصفح الانترنت؟

نعم لا

مثال 2: النوع: ذكر أنثى

مثال: إلى أي مدى تتابع الأخبار في التلفزيون السوري؟

أتابعه دائماً غالباً أحياناً نادراً لا أتابعه

وتتميز الأسئلة المغلقة بإمكانية تفريغها وتحليلها بأقل جهد ووقت. ويعيبها أنها تفرض على المبحوث إجابات قسرية قد لا تعبر عن كل ما يود الإجابة عليه واختياره.

**معايير وشروط يجب مراعاتها عند صياغة الأسئلة وبدائل الإجابات:**

عند صياغة أسئلة استمارة الاستبيان يجب مراعاة مجموعة من الإرشادات والقواعد الهامة "

1 ـ لا شك أن طريقة صياغة السؤال باختيار مفردات لغوية معينة تحدد طريقة فهم السؤال، وتؤثر على الإجابة التي يختارها المبحوث. ولذلك يجب توخي الوضوح والدقة والتحديد في الصياغة.
2 ـ يهتم المبحوث بالإطلاع السريع على الأسئلة الأولى في استمارة الاستبيان، فإذا جذبته بوضوحها، ودقتها، وترتيبها يتشجع للمتابعة.
3 ـ ضرورة أن تكون الأسئلة واضحة، قصيرة، محددة، مباشرة، متسلسلة منطقياً، سلسة بسيطة.
4 ـ يجب أن تكون الأسئلة ذات صلة مباشرة بموضوع البحث.
5 ـ تجنب استخدام المفاهيم والمصطلحات المهجورة والغامضة غير الواضحة، فالسؤال الغامض يولد إجابة أكثر غموضاً.

مثال: هل تصيبك مشاهدة الأخبار بحالة من الرهاب؟
هنا كلمة (رهاب) غامضة وغير مفهومة لكثير من المبحوثين.

6 ـ الاكتفاء بفكرة واحدة في السؤال، وألا نجمع سؤالين في سؤال واحد، أي تجنب الأسئلة المزدوجة التي تستهدف إجابتين في سؤال واحد

مثال: ما مدى موافقتك على زيادة عدد البرامج الرياضية في التلفزيون السوري، وزمن البرامج؟
أوافق لا أوافق
نلاحظ في هذا السؤال أن هناك التباسا سيحصل عند المبحوث، هل نسأله عن زيادة عدد البرامج؟ أم زيادة زمن البرنامج؟

7 ـ تجنب الأسئلة الإيحائية والموجهة، التي توحي للمبحوثين باختيار إجابات معينة؟

مثال: هل تتابع البرامج الثقافية الإذاعية التي تزودك بمعلومات ثقافية هامة؟

8 ـ تجنب الأسئلة الصعبة التي تجهد المبحوث في عمليات حسابية، أو تذكر لمعلومات تحتاج لجهد في استرجاعها.

مثال: كم فيلماً تلفزيونياً تحضر خلال العام.

9 ـ تجنب الأسئلة التي تصاغ بصيغة النفي.

مثال 1: اذكر الأسباب التي لا تشجعك على قراءة الصحف المحلية
مثال 2: هل أنت لا توافق على إطلاق محطة تلفزيونية متخصصة للأطفال؟

10- تجنب الكلمات المتحيزة

مثال: هل تهتم بشكل الصحيفة إخراجياً، أم تهتم بالجانب التحريري الأكثر أهمية؟

11- تجنب الأسئلة المحرجة للمبحوث إلا في حالات الضرورة القصوى.

مثال:هل تشاهد الأفلام الإباحية؟

12- تجنب الأسئلة التي تعرض المبحوث للمساءلة القانونية أو الخطر.

مثال: هل تتصفح صفحات الإنترنت المحظورة سياسياً وأمنياً؟
ويمكن للباحث في حالة الضرورة القصوى أن يتبع أسلوب الأسئلة غير المباشرة في حالة طرح أسئلة محرجة أو يمكن أن تعرض المبحوث لأي مساءلة.
مثال: برأيك هل يتابع الشباب صفحات الانترنت المحظورة سياسياً؟

13- تفادي الأسئلة التخمينية

مثال: برأيك هل يتمتع المخرجون السوريون بثقافة عالية؟

14- تجنب الأسئلة المفترضة: أي تفترض حالة، أو سمة، أو سلوك يقوم به المبحوث، وتبني عليه سؤالاً افتراضياً.

مثال: ما مضمون مشاركتك لصفحات بريد القراء في الصحف السورية؟
هذا السؤال يفترض وجود مشاركات للمبحوث ضمن صفحات بريد القراء.

15- إضافة أسئلة تأكيدية لقياس اتساق إجابات المبحوث.
16- إتاحة الفرصة للمبحوث في عدم ذكر رأيه، أو إجاباته على بعض الأسئلة التي قد تحرجه بترك خيار إضافي مثل (لا رأي له) أو (بدون إجابة).
17- يفضل أن تتضمن استمارة الاستبيان أسئلة تصفية (مرشحة)، تهدف معرفة جهوزية المبحوث للإجابة على الأسئلة التالية.

**مثال:** هل تشاهد القنوات الإخبارية الإنكليزية بانتظام؟
ولكن قبل أن يسأل الباحث المبحوث السؤال السابق يجب أن يسأله عن مدى إجادته للغة الإنكليزية.

18- يفضل تأخير الأسئلة الخاصة بالبيانات الخاصة بالمبحوث إلى آخر الاستمارة.

19- يفضل أن تتضمن استمارة الاستبيان أسئلة ختامية في شكل أسئلة مفتوحة، تتيح للمبحوث إبداء رأيه في موضوع البحث عموماً، أو في نقطة جزئية منه لم ترد في صحيفة الاستبيان.

20- يفضل تحديد عدد أسئلة الاستبيان بالتناسب مع هدف الدراسة، وطبيعة المبحوثين والطريقة التي سيوزع بها الاستبيان، حتى يضمن الباحث عدم وقوع المبحوث في الملل.

## و. الخطوة السادسة: ترتيب الأسئلة:

يمكن تقديم مجموعة من الإرشادات والتعليمات تساعد في إعداد استمارة استبيان تحظى بترتيب منطقي وجيد للأسئلة:

1- يجب ترتيب الأسئلة بشكل جيد، جذاب لا يشعر المبحوث بالملل.

2- يجب البدء بالأسئلة السهلة البسيطة الجاذبة غير المنفِّرة، لكسر الحاجز مع المبحوث، وتشجعه على متابعة قراءة الاستبيان والإجابة عنه.

3- يجب أن تأتي الأسئلة الحساسة للمبحوثين مثل الأسئلة التي تتناول الانتماءات العقائدية، أو الأصول العرقية، أو مستوى الدخل، أو الآراء في آخر استمارة الاستبيان حتى يطمئن المبحوث أكثر.

4- يفضل استخدام أسلوب طرح الأسئلة العامة في البداية ثم الانتقال إلى الأسئلة الدقيقة الفرعية المتخصصة.

5- يفضل تجميع الأسئلة المرتبطة ببعضها معاً في محاور حتى يستطيع المبحوث التركيز على موضوع أو قضية واحدة، ويمكن أن تفصل مجموعة الأسئلة عن بعضها البعض باستخدام عناوين فرعية، ويمكن أن يكون التقسيم تبعاً لمحور الوسيلة الإعلامية (صحيفة، راديو، تلفزيون...)، أو تبعاً لقياس متغيرات معينة (محور التعرض لوسائل الإعلام، ثم محور الاتجاهات، ثم محور الاقتراحات...).

6- يفضل ترتيب الأسئلة ترتيباً منطقياً، كأن نرتبها ترتيباً زمنياً، تصاعدياً، أو تنازلياً.

مثال 1: كم ساعة تشاهد التلفزيون أسبوعياً؟

- أقل من 2 ساعة.؟
- من 2 وأقل من 4 ساعة.
- 4 وأقل من 6 ساعة وهكذا.

مثال 2: أي الأيام تفضلها لمتابعة برامج التلفزيون؟

- السبت
- الأحد
- الاثنين وهكذا

7- يفضل ألا نبدأ بالأسئلة التي تتضمن إجابة المبحوث عنها بالنفي، حتى نضمن استمرار المبحوث في الإجابة عن بقية الأسئلة.

8- يجب طرح أسئلة التصفية (المرشحة) قبل الأسئلة التفصيلية.

مثال: هل ترتاد السينما؟ نعم لا (أشكر المبحوث وأنهِ المقابلة)

ما نوع الأفلام السينمائية التي تحضرها في السينما؟

## ز. الخطوة السابعة: تصميم شكل الاستمارة (إخراجياً) Layout Of Questioner

يجب مراعاة ما يلي عند تصميم الاستمارة:

1- استخدام نوع ورق جيد، وطباعة جيدة.

2- يفضل تجميع الاستمارة وتثبيتها معاً حتى نتجنب ضياع أي صفحة من الاستمارة.

3- يجب ترقيم صفحات الاستمارة في مكان بارز أعلى أو أسفل الصفحة.

4- التنويع في أحجام الخطوط، وتثقيل خط بعض التعليمات لإبرازها عن بقية السؤال أو الإجابة.

5- ذكر تعليمات واضحة في بداية الاستمارة ترشد المبحوث عن كيفية الإجابة عن الأسئلة.

6- تحديد طريقة واضحة لاختيار الإجابة (إشارة √ أو ×) أو وضع دائرة حول أو خط تحت الإجابة التي يختارها المبحوث.

7- ذكر الجهة الراعية للبحث في مكان بارز من الصفحة الأولى في استمارة الاستبيان.

### ح.الخطوة الثامنة :تحكيم الاستمارة وتلقي الملاحظات:

يقوم الباحث بتوزيع استمارة الاستبيان على مجموعة المحكمين، بعد أن يرفق الاستمارة بعدة صفحات تحدد عنوان الدراسة، ومنهجها، وفروضها، وتساؤلاتها، والهدف من الدراسة، وأن تتضمن الاستمارة رقم هاتف وبريد إلكتروني للتواصل مع الباحث.

وبعد انقضاء مدة من الزمن يتفق فيها الباحث مع المحكمين على تلقي ردودهم وملاحظاتهم حول الاستمارة، يقوم الباحث بتجميع الملاحظات وتبويبها، ودراسة إمكانية تعديل الاستمارة لتلافي الأخطاء.

### ط. الخطوة التاسعة: إجراء اختبار قبلي وحصر السلبيات:

يقوم الباحث في هذه الخطوة بتوزيع استمارة الاستبيان على عينة أولية تشكل من ( 5% – 10%) من العدد الكلي لعينة المبحوثين، مما يساعد على تدارك السلبيات الواردة في استمارة الاستبيان.

### ي. الخطوة العاشرة: إجراء التعديلات النهائية على استمارة الاستبيان:

تعتبر هذه المرحلة الأخيرة في خطوات تصميم الاستمارة قبل الانطلاق ميدانياً إلى توزيع الاستمارة، فيجري الباحث كل التعديلات التي استخلصها من تحكيم الاستمارة، وتوزيعها على عينة أولية من المبحوثين.

ويرتبط بالإعداد النهائي لاستمارة الاستبيان تصميم الغلاف الجذاب المناسب،
ويبدأ الاستبيان في صفحة الغلاف بوضع اسم الجهة الراعية للبحث، ورقم الاستمارة، وعنوان البحث، وفي أي إطار يستخدم الاستبيان (حلقة بحث، مشروع تخرج، رسالة ماجستير، بحث،...)، ويذكر أيضاً الغلاف اسم الباحث، ومكان وتاريخ البحث.

- أما الصفحة الأولى فيذكر فيها: اسمه (إذا أحب الباحث) وصفحته، والجهة التي يتبع لها، وعنوان البحث والهدف الرئيسي منه وأهميته، ومع الإشارة إلى سرية البيانات وأهمية تعاون المبحوث، مع شكر المبحوث.
- أما الصفحة الثانية (أو الفقرة التالية بعد السابقة) فيخصصها الباحث للتعليمات مع أسئلة الاستبيان، وكذلك التعريف بالمفاهيم والمصطلحات التي تتضمنها أسئلة الاستبيان.
- أما الصفحة التالية فترد أسئلة الاستبيان منسقة مبوبة.
- وفي نهاية استمارة الاستبيان يوجه الباحث الشكر للمبحوث مع ذكر كافة التسهيلات للتواصل بينهما.

## الخلاصة

تتناول الوحدة التعليمية السادسة الأدوات البحثية المتبعة لجمع البيانات (الملاحظة، المقابلة، الاستبيان)، وتشرح خصائصها، ومراحل استخدامها، وأساليب الاستخدام، كما تقدم قواعد عامة وشروط لتصميم هذه الأدوات.

## تمارين:

اختر الإجابة الصحيحة لكل مما يلي:

**1- تتبع إجراءات محددة مسبقاً، تقل فيها الأسئلة المفتوحة هي:**

A -المقابلة غير المقننة
B -المقابلة المقننة
C -الملاحظة
D -كل ما ذكر أعلاه خطأ

**الإجابة الصحيحة B**

**2 - السؤال ضمن استبيان (ما اقتراحاتك لتطوير الدراما السورية؟) ينتمي إلى:**

A -الأسئلة المغلقة ذات الإجابات المحددة
B -الأسئلة المفتوحة
C -الأسئلة المغلقة
D -الأسئلة المفتوحة المغلقة

**الإجابة الصحيحة B**

**3 - سؤال ضمن استبيان (هل تشاهد التلفزيون؟ نعم، لا) ينتمي إلى:**

A -الأسئلة المغلقة ذات الإجابات المحددة
B -الأسئلة المفتوحة
C - الأسئلة المغلقة
D -الأسئلة المفتوحة المغلقة

**الإجابة الصحيحة C**

**4 - يفضل أن تأتي الأسئلة الحساسة للمبحوثين مثل (مستوى الدخل، الانتماء العرقي) في:**

A -أول الاستمارة
B -وسط الاستمارة
C -آخر الاستمارة
D -في صفحة الغلاف

**الإجابة الصحيحة C**

**5 - يقوم الباحث بإجراء اختبار قبلي على استمارة الاستبيان على:**

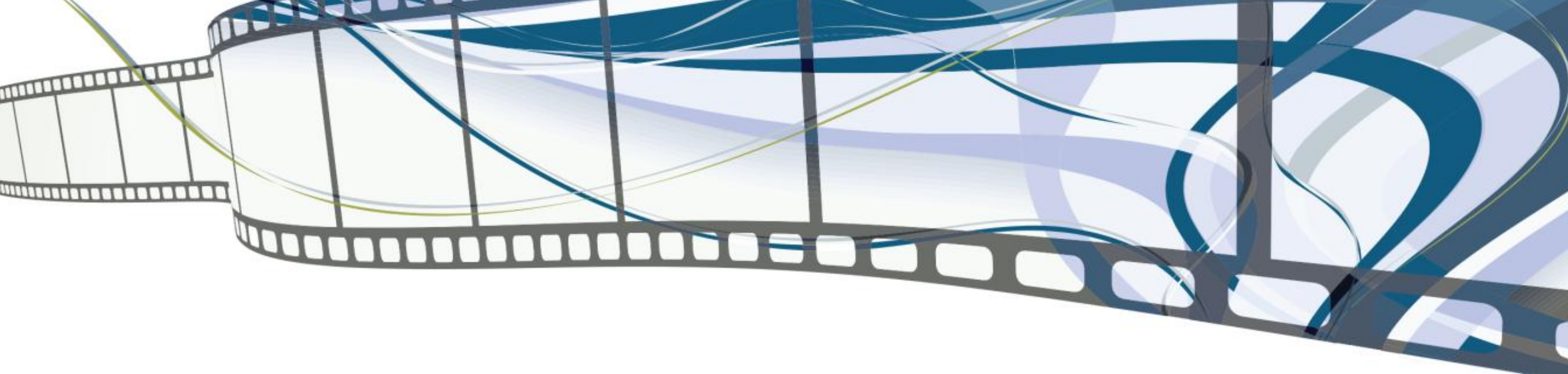
A -5 حتى 10% من عينة الدراسة

B -20 حتى 30% من عينة الدراسة

C -50 حتى 75% من عينة الدراسة

D -100% من عينة الدراسة

**الإجابة الصحيحة A**



# الوحدة التعليمية السابعة

# تحليل المضمون

## الأهداف التعليمية:

بعد الانتهاء من دراسة الفصل السابع، ينبغي أن يكون كل طالب قادراً على أن:

1ـ يعرَّف: تحليل المضمون

2ـ أن يعرف صفات تحليل المضمون

3ـ يحدد استخدامات تحليل المضمون في البحوث الإعلامية

4ـ أن يشرح خطوات وإجراءات تحليل المضمون:

أ – تحديد موضوع، وهدف البحث، وتحديد المشكلة البحثية

ب– وضع تساؤلات وفروض البحث

ج– تحديد مجتمع وعينة البحث

د – تحديد وحدات التحليل وفئات التحليل

هـ – وضع نظام للكم

و – تكويد (ترميز) المضمون

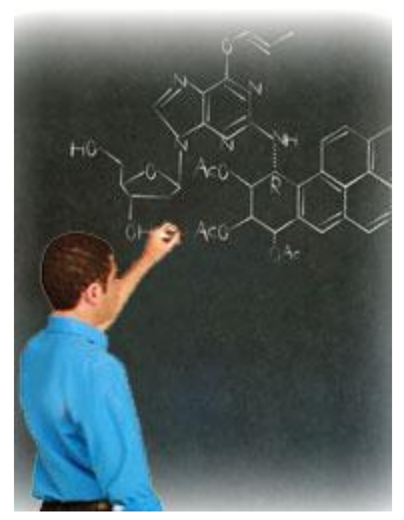
ز – التأكد من الثبات لاستمارة تحليل المضمون

ح– استخلاص النتائج وتحليلها وتفسيرها

## تحليل المضمون Content Analysis

يعرّف بيرلسون Berelson تحليل المضمون (أو المحتوى) أنه "أسلوب أو أداة بحثية لوصف المحتوى الظاهر للمادة الإعلامية، ويمتاز بأنه كمي، موضوعي، علمي، منظم".

### يتضح من خلال التعريف السابق تميز أداة تحليل المضمون بعدة صفات



1 – هدفه الوصف:

هدف تحليل المضمون الوصف أو التصنيف للمادة الاتصالية (الرسالة) إلى تصنيفات (فئات)، وصولاً إلى تحديد سمات وخصائص هذه المادة الاتصالية.

2 – الموضوعية:

أي أنها أداة غير ذاتية يتجرد فيها الباحث من ذاتيته، وتحيزه ليكون حكمه على الأمور موضوعياً.

3 – أنه منظم:



أي أن اختيار المادة الاتصالية يخضع لقواعد ثابتة تقيد الباحث، وهذه القواعد التي ينشؤها الباحث بناءً على أسس علمية والمتمثلة بوحدات، وفئات تحليل، وطريقة الوصف والتصنيف تشكل نظاماً متكاملاً.

4 – أنه كمي:

تهتم أداة تحليل المضمون بالجانب الكمي، ويعتمد على العد والقياس رقمياً لحصر المتغيرات وقياسها، كما أنه يستخدم الأدوات الإحصائية بهدف تحقيق الدقة.

مثلاً: توصيف 85% من الموضوعات التي تتناولها الأخبار التلفزيونية العربية سلبية. يكون أكثر علمية ودقة من القول أن (أغلب الموضوعات سلبية).

وقد أثار الجانب الكمي في تحليل المضمون جدلاً بين بعض الباحثين إذ يرى باحثون أن العد أو الحصر يتعلق بالتكرار Frequency، في حين يرى آخرون أنه يتعلق بالعدد Numerical، بينما يتجنب البعض الآخر الاعتماد على الكم من خلال استخدام سمات مثل (أغلب، أكثر،

أقل)، مما دفع إلى التمييز بين تحليل المضمون الكمي Quantitative والكيفي Qualitative.

## استخدامات تحليل المضمون في البحوث الإعلامية

تتبع أهمية أداة تحليل المضمون من كونه يستخدم في المجالات التالية:

1 – وصف سمات وخصائص المادة الإعلامية:

يُستخدم تحليل المضمون في التعريف على سمات، وخصائص الرسالة الإعلامية في أي وسيلة إعلامية خلال فترة زمنية واحدة، أو عدة فترات زمنية.

مثال: دراسة القضايا التي تناولتها نشرات الأخبار في المحطات التلفزيونية اللبنانية خلال حرب تموز 2006.

كما يستخدم تحليل المضمون للتعرف على سمات وخصائص المعالجة الإعلامية لقضية معينة خلال فترات زمنية متعددة، أو وسائل إعلامية متعددة.

مثال: معالجة الصحافة السورية للقضية الفلسطينية من 1988 حتى 2013.

مثال: التغطية التلفزيونية والصحفية في الإعلام السوري للأحداث الجارية في تونس 2010

2 – رصد مؤشرات للتعرف على تأثير وسائل الإعلام:

يساعد تحليل المضمون في الحصول على مؤشرات معينة تدل على استراتيجيات القائم بالاتصال ونواياه، وهذه المؤشرات لا تكفي لوحدها للتوصل إلى نتائج تأثير وسائل الإعلام لكنها تعطي مؤشرات.

أيضاً هناك دراسات إعلامية مسحية على الجمهور تعتمد على نتائج تحليل المضمون قبل الانطلاق في إجراءات وخطوات الدراسة المسحية، مثل دراسات (الغرس الثقافي) التي تدرس ماهية المضمون في الدراما، ثم تجري دراسة على الجمهور لترى تأثير هذه الدراما على جمهور المشاهدين، كما تعتمد دراسات (ترتيب الأولويات) على تحليل المضمون كخطوة أولى لتحليل مضمون المادة الإعلامية لتحديد الموضوعات التي تحتل أولوية في التغطية الإعلامية، ثم تجري دراسة على الجمهور لمعرفة تأثير هذه التغطية على ترتيب أولويات الجمهور، ثم يقاس الارتباط بين ترتيب أولويات وسائل الإعلام وترتيب أولويات الجمهور.

3 –رصد صورة الأفراد والجماعات في المضمون الإعلامي ومقارنته بالواقع:

يستخدم تحليل المضمون لرصد الصورة التي تقدم عن أفراد أو جماعات معينة في المضامين الإعلامية الإخبارية أو الدراما أو... إلخ، وهو ما يعرف بدراسات الصورة، وقد يتعدى ذلك إلى المقارنة بين هذه الصورة في الإعلام والصورة في الواقع الفعلي.

4 –رصد مؤشرات عن التغيرات والتطورات المجتمعية:

إذا يستخدم تحليل المضمون للوصول إلى مؤشرات عن اتجاهات الرأي العام من خلال تحليل مشاركات الجمهور في وسائل الإعلام، ومواقع التواصل الاجتماعي، والمدونات، وبريد القراء... إلخ.

## حدود وعيوب استخدام تحليل المضمون

1 – لا يمكن الاعتماد على تحليل المضمون لوحده في بعض الدراسات، إذ يحتاج الأمر إلى دراسات إضافية على القائم بالاتصال (العاملين في وسائل الإعلام)، أو دراسات على الجمهور.

2 – يعتمد تحليل المضمون بشكل جوهري على وحدات وفئات تحليل المضمون هي رهن بحدود البحث وأهدافه، ولا يستطيع الباحث دائماً الاعتماد على نتائج دراسة تحليل مضمون أخرى للمقارنة لاختلاف وحدات وفئات تحليل المضمون في الدراستين.

3 – يحتاج تحليل المضمون إلى مجهود كبير بدءاً من تتبع المضمون، وتسجيله، أو تجميعه بالإضافة لمشكلات خاصة بتوفر شرط الموضوعية عند قيام الباحث بالوصف والتصنيف.

## خطوات وإجراءات تحليل المضمون



عندما يستخدم الباحث تحليل المضمون فإنه يتبع عدة خطوات:

الخطوة الأولى: تحديد موضوع، وهدف البحث، والمشكلة البحثية.

الخطوة الثانية: وضع تساؤلات وفروض البحث.

الخطوة الثالثة: تحديد مجتمع البحث، وعينة البحث.

الخطوة الرابعة: تحديد وحدات التحليل Unit of analysis، وتحديد فئات التحليل Content Categories.

الخطوة الخامسة: وضع نظام للكم للتأكد من ثبات استمارة تحليل المضمون.

الخطوة السادسة: تكويد (ترميز) المضمون.

الخطوة السابعة: تحليل المضمون.

الخطوة الثامنة: استخلاص النتائج وتحليلها وتفسيرها.

### أ. الخطوة الأولى: تحديد موضوع، وهدف البحث، والمشكلة البحثية:

يقوم الباحث في دراسة تحليل المضمون بتحديد الموضوع أو القضية التي سيجمع المعلومات والبيانات عنها، كما يحدد أهداف البحث والمشكلة البحثية التي سيعالجها كي لا يتشتت جهده العملي.

### ب. الخطوة الثانية: وضع تساؤلات وفروض البحث:

يستعين الباحث بالدراسات السابقة وبملاحظاته العلمية لوضع تساؤلات وفروض دراسته، ولا شك أن التساؤلات والفروض الجيدة تلعب دوراً أساسياً في التوصل إلى نتائج علمية يعتد بها.

### ج. الخطوة الثالثة: تحديد مجتمع البحث، وعينة البحث، وتحديد التعريفات الإجرائية للمصطلحات:

يلتزم الباحث بتحديد مجتمع البحث وعينته تبعاً لتساؤلات وفروض البحث وهدفه، كما يلتزم بتحديد علمي واضح لكل المصطلحات العلمية الواردة في البحث قبل إجراء اختبار الثبات، وقبل البدء الفعلي في تحليل مضمون الدراسة.

### د. الخطوة الرابعة: تحديد وحدات التحليل وفئات التحليل:

**أ ـ وحدة التحليل أو وحداته:**

وحدات التحليل هي وحدات الإحصاء أو العد، وقد استخدمت معظم دراسات تحليل المضمون عدة وحدات تحليل من أهمها:

1ـ وحدة الكلمة أو الرمز Word or Symbol:
وهي أصغر وحدة قياس يمكن استخدامها في تحليل المضمون مثلاً: كلمة (الإرهاب، السلام، الحرية،...).

2ـ وحدة الجملة أو الفقرة Sentence or Paragraph:
هو رصد جملة أو عدة كلمات في النص.

3ـ وحدة الشخصية Caracter:
تستخدم غالباً في الدراسات التي تكون عينتها الدراما أو الأفلام.

4ـ وحدة الموضوع أو القضية Theme:
وذلك من خلال رصد ورود وتناول موضوع معين ضمن المادة الإعلامية.

5ـ وحدة الدوافع والاستمالات والأوتار:
وترصد هذه الوحدات غالباً في مضمون الإعلانات.

6ـ وحدة المساحة والزمن:
وهو المقياس المادي المستخدم لقياس زمن البرنامج أو النشرة أو الفيلم، أو مساحة المضمون الصحفي، أو مساحة الصورة الصحفية.

**ب ـ تحديد فئات التحليل:**

فئات التحليل هي بدائل التصنيف المستخدمة تستخدم لتقسيم وتصنيف مادة الاتصال، ويشترط في فئات التحليل أن تكون شاملة جامعة لكل الاحتمالات، ومانعة غير متداخلة مع بعضها، ويستخدم الباحث بديلاً إضافياً مفتوحاً ضمن التصنيفات هو (أخرى)، وعندما يتبين للباحث في بعض الحالات أن هناك جزءاً من المضمون لا تنطبق عليه الفئات الموضوعة فإنهم يضعونه في فئة (أخرى)، وفي حالة ازدياد نسبة أحد التصنيفات عن (8% – 10%) من العدد الكلي يفرد لهذا التصنيف فئة مستقلة باسمها.

مثال يوضح خطأ الباحث في اقتراح فئات متداخلة وغير شاملة:

مثلاً تصنيف القضايا الواردة في نشرات الأخبار التلفزيونية: قضايا سورية، قضايا عربية، قضايا آسيوية، قضايا أمريكية.

نلاحظ في هذا التصنيف التداخل: فالقضية السورية هي قضية عربية، وفي الوقت نفسه هي قضية آسيوية.

كما نلاحظ عدم شمولية البدائل: إذ أغفل الباحث خيارات أخرى (قضية أفريقية، قضية أوروبية،...إلخ).

ويجب أن يكون بناء الوحدات قائماً على نظام ثابت يتفق عليه (المرمزين المحكمين)، وهو ما يطلق علية (ثبات المرمزين Intercotder Reliability).

وهناك طريقتان لوضع فئات التحليل:

1 – الترميز السابق Priori Coding: ينطلق الباحث هنا من الدراسات السابقة، والتراث النظري والفكري لوضع فئات المضمون.

2 – الترميز اللاحق Emergent Coding: يتم هذا الترميز بعد تحليل عينة أولية من المضمون مما يساعد على وضع فئات تحليل مستمدة من المادة الاتصالية نفسها.

### هـ. الخطوة الخامسة: وضع نظام للكم:

أي وضع نظام وقواعد لتحويل المضمون إلى أرقام، ويمكن أن يختار الباحث أحد مستويات القياس الأربعة: المستوى الاسمي Norminal، المستوى الترتيبي Ordinal، المستوى الفئوي Interval، المستوى النسبي Ratio.

مثال 1: المستوى الاسمي: حصر تكرار ورود أخبار عن (رئيس الدولة).

مثال 2: المستوى الترتيبي: يمكن أن يضع الباحث مقياساً لتصنيف الصور الصحفية حسب ورودها في صفحات مهمة: بدرجة عالية – درجة متوسطة – درجة منخفضة.

مثال 3: المستوى الفئوي: يمكن أن يضع الباحث مقياساً لتصنيف شخصية البطل في المسلسل:

قوي 7 6 5 4 3 2 1 ضعيف

متدين 7 6 5 4 3 2 1 غير مدين

مثال 4: المستوى النسبي: كاستخدام وحدة (سم/عمود) لقياس مساحة المادة الصحفية.

### و. الخطوة السادسة: تكويد (ترميز المضمون):

يقوم الباحث في هذه الخطوة بحصر البيانات ووضعها في فئات Categories، ولتسهيل عملية التكويد يعطى للمكود (القائم بالتكويد) Coders استمارات مضبوطة وفق معايير، تسمح له بتصنيف البيانات، ووضع علامات وإشارات في أماكن محددة في الاستمارة، مما يسهل ويسرع العمل.

## ز. الخطوة السابعة: التأكد من الثبات لاستمارة تحليل المضمون:

يجب إجراء اختبار أولي لاستمارة تحليل المضمون، من خلال اشتراك اثنان من المرمزين، يقوم كل منهما بترميز المضمون، ويمكن استخدام عدة طرق لقياس الثبات ومن هذه الطرق (معادلة هولستي)

معامل ثبات هولستي = $\frac{2\text{ت}}{\text{ن}1+\text{ن}2}$

ت: عدد الحالات التي اتفق عليها المرمزان في تصنيف البيانات.

ن1: عدد الحالات التي رمزها المرمز الأول.

ن2: عدد الحالات التي رمزها المرمز الثاني.

مثال: عندما يحلل المرمزين حالة، اتفقا على حالة فإن معامل الثبات يحسب:

معامل الثبات = $\frac{(25)\times 2}{30+30} = \frac{50}{60} = 0.83$

أي أن الباحثين اتفقا بنسبة 0.83، وبعد التأكد من معدل الثبات (يفضل أن يكون 80% فأعلى) يبدأ الباحث في تصنيف وحدة التحليل في فئات التحليل، ويمكن للباحث استخدام معادلة سكوت Scott للثبات التي تجاوزت عيب إغفال معادلة هولستي عدد فئات التحليل.

معادلة سكوت للثبات $\pi$ = $\frac{\text{الاتفاق النتائج \% }-\text{الاتفاق المتوقع}}{1-\text{الاتفاق المتوقع \%}}$

– أما في حالة وجود أكثر من مرمزين اثنين يمكن استخدام معادلة كابا Kappa:

ن: عدد الحالات المرمزة.

م: عدد المرمزين.

## ح. الخطوة الثامنة: استخلاص النتائج وتحليلها وتفسيرها:

يستخدم الباحث أساليب إحصائية وصفية في حالة الدراسات البسيطة (مثل النسب المئوية، المتوسط، المنوال) للحصول على النتائج، أما في حالات الدراسات التي تختبر فروضاً فتستخدم معاملات إحصائية أكثر تعقيداً.

وبعد استخلاص الباحث للنتائج يسعى إلى تفسيرها وتحليل النتائج وفق رؤية علمية موضوعية.

## الخلاصة

تتناول الوحدة التعليمية السابعة تحليل المضمون باعتباره أداة بحثية هامة مستخدمة في مناهج البحث الإعلامية، وتشرح كيفية تصميم استمارة تخليل المضمون، ومعايير اختيار وحدات وفئات تحليل المضمون، وخطوات إجراء تحليل المضمون.

## تمارين:

اختر الإجابة الصحيحة لكل مما يلي:

**1 - ليس من صفات (تحليل المضمون) أنه:**

A - وصف للمحتوى الظاهر
B - علمي
C - كيفي فقط
D - منظم

**الإجابة الصحيحة C**

**2 - ليس من مجالات تحليل المضمون:**

A - وصف سمات المادة الإعلامية
B - رصد مؤشرات للتعرف على تأثير وسائل الإعلام
C - رصد صورة الأفراد والجماعات في المادة الإعلامية
D - دراسة آراء جمهور وسائل الإعلام في المادة الإعلامية

**الإجابة الصحيحة D**

**3 - بدائل التصنيف المستخدمة لتقسيم مادة الاتصال هي:**

A - وحدات التحليل
B - قيم التحليل
C - فئات التحليل
D - صفات التحليل

**الإجابة الصحيحة C**

**4 - معادلة معامل هولستي لقياس الثبات في استمارة تحليل المضمون هي:**

A - $\frac{2\text{ت}}{\text{ن}1+\text{ن}2}$
B - $\frac{\text{ن}1+\text{ن}2}{2\text{ت}}$
C - ن1+ ن2 × 2ت
D - كل ما ذكر أعلاه خطأ

**الإجابة الصحيحة A**

**5 - يستخدم تحليل المضمون وحدة:**

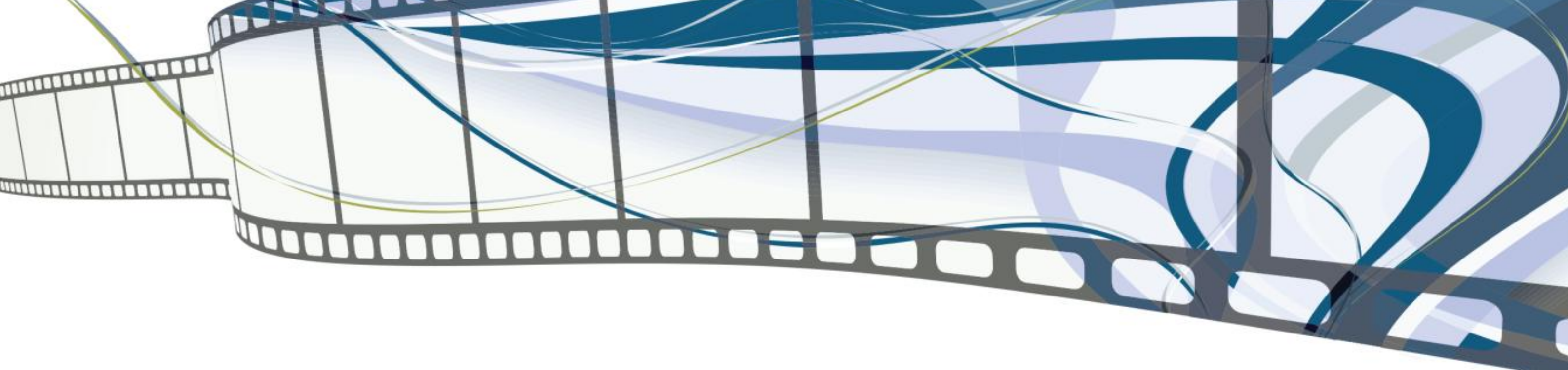
A -الكلمة

B -الشخصية

C -الموضوع

D -كل ما ذكر أعلاه صحيح

**الإجابة الصحيحة D**



# الوحدة التعليمية الثامنة

# المنهج التجريبي، ودراسة الحالة

## الأهداف التعليمية:

بعد الانتهاء من دراسة الفصل الثامن، ينبغي أن يكون كل طالب قادراً على أن:

1_ يتعرف على المنهج التجريبي

2_ يعرف مزايا وعيوب المنهج التجريبي

3_ المقارنة بين أنواع البحوث التجريبية:

أ – بحوث تجريبية معملية

ب – بحوث تجريبية بسيطة

ج – بحوث تجريبية تقليدية

4_ التعرف على خطوات إجراء الدراسات التجريبية

5_ التمييز بين أنواع التصميم التجريبي:

أ – التصميمات الأساسية:

- تصميم المجموعة الضابطة مع الاختبار القبلي والبعدي
- تصميم المجموعة الضابطة والاختبار البعدي فقط
- تصميم المجموعات الأربع

ب – دراسة العامل

ج –تصميم المقاييس المتكررة

د –التصميم شبه التجريبي

6_ تحديد مزايا وعيوب دراسة الحالة

7_ معرفة خطوات دراسة الحالة

## المنهج التجريبي Experimental Approach ودراسة الحالة

يعتبر التجريب موقفاً مصطنعاً لإثبات حقائق أو التأكد منها، وقد طرح الباحثون في دراسة الظواهر الاجتماعية قاعدة تقول "الأمور المتماثلة تحدث في الظروف المتماثلة"، وقد أمكن عن طريق تطبيق هذه القاعدة المنهجية دراسة الظواهر الاجتماعية دراسة علمية تجريبية، عن طريق تطوير أدوات الملاحظة والتجربة ووسائل جمع المعلومات والبيانات، واستخدام المعاملات والاختبارات الإحصائية.

وعند استخدام المنهج التجريبي في مجال الإعلام تبرز العديد من المشكلات التي ترجع إلى اختلاف الأفراد في تعاملهم، واستخدامهم لوسائل الإعلام، فبعض الحالات البحثية تحتاج إلى دراسة الأفراد في ظروف محكمة، في حين تتطلب حالات بحثية أخرى الاعتماد على المقابلة.

## مزايا وعيوب المنهج التجريبي

**المزايا:**

1- يعتبر المنهج التجريبي من أفضل المناهج البحثية في مجال العلوم الاجتماعية للتعرف على العلاقة البيئية، والتوصل إلى تنبؤات قوية تتعلق بالعلاقات البيئية بين المتغيرات.
2- قدرة الباحث على التحكم في البيئة والظروف التي تجري فيها التجربة.
3- ميزة التكلفة المنخفضة نسبياً.
4- إمكانية التكرار.

**العيوب:**

1- إجراء التجارب في ظروف مصطنعة تختلف عن الظروف الطبيعية، مما يؤدي إلى سلوك غير واقعي أو حقيقي.
2- التحيز في التجارب عند معرفة المبحوثين مسبقاً بخضوعهم للتجربة، ويمكن تجاوز هذا العيب بدرجة ما عند إخفاء من هم مجموعة تجريبية وأخرى ضابطة.

## قواعد المنهج التجريبي

يقوم المنهج التجريبي على القواعد التالية:

أ – قاعدة البيئة: أي أن العلاقة بين المتغير المستقل (المؤثر)، والظاهرة كمتغير تابع (نتيجة)، هي علاقة بين علة ومعلول (سبب ونتيجة).

ب– قاعدة الضبط: وتعني التحكم في جميع المتغيرات التي تؤثر في إجراء التجربة ونتائجها.

ت– قاعدة التجريب: وتعني تصميم التجربة أو التجارب وفقاً لمتطلبات الدراسة وذلك عن طريق استخدام القياسات القبلية والبعدية على المجموعات الضابطة والتجريبية.

## أنواع البحوث التجريبية

قدم الباحثون والمهتمون عدة تقسيمات للبحوث التجريبية فمنهم من قسمها إلى:

أ –بحوث تجريبية معملية تجري في بيئة صناعية، وأخرى ميدانية تجري في البيئة الطبيعية التي تحدث فيها الظاهرة المدروسة.

ب–بحوث تجريبية بسيطة تختبر العلاقة بين متغيرين فقط، أحدهما مستقل والآخر تابع، وبحوث تجريبية معقدة تختبر العلاقة بين عدد من المتغيرات المستقلة، ومتغير تابع واحد.

ت–بحوث تجريبية تقليدية تختبر العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع قبل وبعد التجربة، وبحوث السلسلة الزمنية التي تتناول بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع خلال عدة فترات زمنية.

## خطوات إجراء الدراسات التجريبية

1– اختبار مكان التجربة: إما أن تكون البيئة طبيعية وميدانية، أو اصطناعية معملية.

2– اختبار التصميم التجريبي: ويتوقف ذلك على توفر المبحوثين وطبيعة الفروض، أو التساؤلات البحثية، ونوع المتغيرات المدروسة.

3– تحديد المصطلحات والتعريفات للمفاهيم.

4– تحديد كيفية معالجة المتغير المستقل ويتم ذلك بأسلوبين:

أ – المعالجة المباشرة: من خلال الاتفاق مع المبحوثين على مجموعة تعليمات تقدم لهم مكتوبة أو بأي طريقة أخرى.

ب – المعالجة عن طريق مسرحة المواقف واصطناعها.

5 – اختيار المبحوثين عشوائياً وتوزيعهم في مجموعات تجريبية وأخرى ضابطة.

6 – التأكد من جودة المعالجة التجريبية بإجراء دراسة استطلاعية لتلافي الأخطاء.

7 – إجراء التجربة، وتحليل النتائج وتفسيرها.

## أنواع التصميم التجريبي

يوجد العديد من التصميمات التجريبية ومن أكثرها شيوعياً واستخداماً:



**أولاً: التصميمات الأساسية:**

**1 – تصميم المجموعة الضابطة مع الاختبار القبلي والبعدي:**

تتشابه كل مجموعة من مجموعات الدراسة مع الأخرى في كل الظروف، ويتم اختيار وتوزيع الأفراد عشوائياً على المجموعات، ثم يقوم الباحث بتعريض المجموعة الأولى فقط للمعالجة التجريبية (مثلاً مشاهدة نشرات أخبار تلفزيونية (متغير مستقل)، ثم يقوم الباحث بمقارنة الاختلاف في ملاحظاته ما بين المجموعة الأولى التي تعرضت للتجربة، والمجموعة الثانية الضابطة، فإذا وجد اختلافاً ذو دلالة إحصائية أرجع السبب إلى المتغير المستقل (المشاهدة مثلاً).



**2 – تصميم المجموعة الضابطة والاختبار البعدي فقط:**

يعرض الباحث المجموعة الأولى فقط للتجربة دون إخضاعها إلى أي اختبار قبلي، وكذلك المجموعة الضابطة (التي لا تتعرض لأي تجربة)، ثم يقوم الباحث بمقارنة الاختلاف في الملاحظات بين المجموعة الأولى والثانية لمعرفة مدى وجود تأثير للمتغير المستقل.

**3 – تصميم المجموعات الأربع: (تصميم سولومون) Solomon:**

يقوم الباحث في هذا التصميم بإضافة مجموعتين أخريين، ومقارنة نتائج المجموعات الثلاثة مع بعضها ومع المجموعة الضابطة، ويعاب على هذا التصميم استهلاكه الكثير من الوقت والجهد.

**ثانياً: دراسات العامل Factorial Studies:**

تقوم هذه الدراسة على تحليل مستمر لمتغيرين مستقلين أو أكثر (يسمى هنا المتغير المستقل "العامل").

**ثالثاً:** يقوم الباحث في هذا التصميم بتكرار التجربة على الأفراد أنفسهم، ويبدأ بملاحظة الاختلاف في السلوك عند الأفراد.

**رابعاً: التصميم شبه التجريبي Quasi Experimental Design:**

يتشابه هذا التصميم مع تصميم المجموعة الضابطة مع الاختبار القبلي والبعدي، ولكنه يختلف عنه أنه لا يشمل توزيعاً عشوائياً للأفراد على مجموعات التجربة.

## دراسة الحالة



هو أسلوب بحثي كيفي يستخدم أداة بحثية، أو أكثر، ويتميز هذا الأسلوب بالوصف لموضوع الظاهرة، والتركيز على حدث، أو ظاهرة، كما يعتمد الاستكشاف لفهم الظاهرة، ويستند إلى الاستقراء باستخلاص تعميمات وأحكام من البيانات التي يتم جمعها. وتعتبر دراسة الحالة من أفضل أنواع البحوث للحصول على معلومات أولية عن الظاهرة لإجراء مزيد من البحوث، ولا يعني ذلك أن دراسة الحالة تستخدم فقط في الدراسات الاستطلاعية بل يمتد ليشمل الدراسات الوصفية.

## مزايا وعيوب دراسة الحالة

### مزايا دراسة الحالة:

1ـ أنها تمكن الباحث من اختبار المواقف، والنظم، والأحداث، بالتتبع الدقيق للحالات المدروسة.
2ـ تمتاز بالمرونة في جمع البيانات من خلال استخدام أداة المقابلة، والاستبيان، والملاحظة، وبالاعتماد على الوثائق أثناء الدراسة.
3ـ تمكن الباحث من دراسة الموضوع دراسة متكاملة، مما يساعد على تفسير أسباب الظاهرة.
4ـ تعتبر دراسة الحالة هي الأسلوب الأفضل عندما يريد الباحث الحصول على كم كبير من المعلومات.

### عيوب دراسة الحالة:

1ـ أنها تحتاج إلى وقت كبير وجهد كبير.
2ـ ينقصها الدقة العلمية، إذ يضطر الباحث إلى تقديم وجهات نظر وتفسيرات متميزة.
3ـ لا تعمم نتائجها، ويلجأ الباحث في كثير من الأحيان إلى استخدام مناهج أخرى تمكنه من الوصول إلى نتائج يثق بها.
4ـ رغم أن دراسة الحالة تتيح كماً كبراً من المعلومات، إلا أن هذه الميزة قد تتحول عيباً فلا يستطيع الباحث اختصارها، ويضطر الباحث إلى الانتظار فترات طويلة من الزمن، وقد ينسى بعض البيانات والمعلومات المهمة التي تساعد في استكمال دراسة الحالة.

## خطوات إجراء دراسة الحالة

### الخطوة الأولى: تصميم الدراسة:

يقوم الباحث في هذه المرحلة بتحديد المعلومات التي يجب جمعها، ويهتم بشكل أساسي بطرح أسئلة بحثية لمعرفة كيفية حدوث الظاهرة وأسبابها من خلال توظيف سؤالين أساسيين (لماذا، وكيف).

### الخطوة الثانية: وضع خطة البحث:

وتتضمن هذه الخطوة تحديد الإجراءات وأدوات جمع المعلومات والبيانات، وقد يلجأ الباحث إلى أداة المقابلة، أو الاستبيان، أو الملاحظة، أو استخدامها جميعاً، مما يتطلب إعداد استمارات لهذه الأدوات.

### الخطة الثالثة: إجراء الدراسة الاستطلاعية والميدانية:

يستفيد الباحث من إجراء الدراسة الاستطلاعية في دراسة الحالة تجريب الأساليب المختلفة لجمع البيانات مما يساعد في تطوير خطة الدراسة وضبط الإجراءات الميدانية.

### الخطوة الرابعة: جمع البيانات:

يعتمد الباحث على عدة مصادر للبيانات، مما يتيح تكاملاً في دراسة الظاهرة، ومن أكثر المصادر التي يعتمد عليها الباحث في دراسة الحالة الوثائق، والتقارير، والمذكرات، والسيّر الخاصة والخطابات، كما تعتمد بعض دراسات الحالة على الملاحظة، والمقابلة، والاستبيان.

### الخطوة الخامسة: تحليل البيانات:

تعد هذه الخطوة من أصعب الخطوات لأنها تدخل ضمن بحث كيفي، وقد اقترح (Yin ) ثلاثة إستراتيجيات تحليلية:

**أ – إستراتيجية مشابهة النمط Pattern Matching:**

يعتمد الباحث في هذا النمط على مقارنة ما يتوقعه ويتنبأ به، مع ما توصل إليه من الدراسة.

**ب –نمط بناء التفسيرات Explanations Building:**

يعتمد الباحث في هذه النمط على شرح وتفسير الظاهرة من خلال كتابة بيان نظري عن الظاهرة، ومقارنة مع النتائج الأولية للدراسة، ثم يقوم بتعديل هذا لبيان، ثم يقوم بتحليل حالة ثانية، ويقارن البيان النظري مع نتائج الحالة الثانية، ويكرر العملية نفسها عدة مرات كما تتطلب الحاجة.

**ت – إستراتيجية السلسلة الزمنية Times Series:**

يعتمد الباحث في هذه الإستراتيجية على مقارنة بيانات تعبر عن فترات زمنية مختلفة مع ما يتوقعه الباحث لحادثة، أو حالة، أو ظاهرة ما في ضوء رؤية نظرية معينة للظاهرة.

مثال: قد يتوقع الباحث عزوف المشاهدين عن برامج المنوعات، والبرامج الترفيهية في وقت الأزمات، ويقوم بإجراء دراسة حالة للتأكد من صدق حدوثه.

### الخطوة السادسة: كتابة تقرير دراسة الحالة:

يتبع الباحث عدة أشكال في كتابة تقرير دراسة الحالة، منها الأسلوب التقليدي في عرض نتائج بحثه من عرض للمشكلة، والأدوات البحثية، ونتائج الدراسة وتحليلها، ومناقشتها، وقد يتبع شكلاً غير تقليدي، ومن الأمور التي تحدد ذلك الأدوات البحثية المستخدمة، طبيعة الدراسة، المعنيون بقراءة التقرير.

## الخلاصة

تتناول الوحدة التعليمية الثامنة المنهج التجريبي باعتباره من المناهج الأساسية في بحوث الإعلام وتشرح مزايا وعيوب هذا المنهج، وخطوات إجراءه وقواعده، وأنواعه، مع ذكر نماذج توضيحية، كما تتناول الوحدة دراسة الحالة وتوضح مزاياها وعيوبها كأسلوب بحثي.

## تمارين:

اختر الإجابة الصحيحة لكل مما يلي:

### 1–ليس من قواعد المنهج التجريبي:

A–قاعدة السببية

B–قاعدة الضبط

C–قاعدة التجريب

D–قاعدة الخضوع لبيئة واقعية

**الإجابة الصحيحة D**

### 2– قاعدة السببية في البحوث التجريبية:

A–التحكم في جميع المتغيرات

B–استخدام القياسات القبلية والبعدية

C–دراسة العلاقة بين المتغير المستقل والتابع

D–كل ما ذكر أعلاه خطأ

**الإجابة الصحيحة C**

### 3–ليس من أنواع البحوث التجريبية:

A–بحوث معملية

B–بحوث تقليدية

C–بحوث بسيطة تجريبية

D–بحوث تحليل المضمون

**الإجابة الصحيحة D**

**4-التصميم شبه التجريبي يختلف عن تصميم المجموعة الضابطة مع اختبار قبلي وبعدي بأنه:**

A_تتشابه كل مجموعة من مجموعات الدراسة مع غيرها

B_لا يشمل توزيعاً عشوائياً للأفراد على مجموعة التجربة

C_كل ما ذكر أعلاه صحيح

D_كل ما ذكر أعلاه خطأ

**الإجابة الصحيحة D**

**5-من مزايا المنهج التجريبي:**

A_القدرة على التنبؤ

B_إمكانية التكرار

C_التكلفة المنخفضة نسبياً

D_كل ما ذكر أعلاه صحيح

**الإجابة الصحيحة D**

**6-من استراتيجيات تحليل البيانات في دراسة الحالة:**

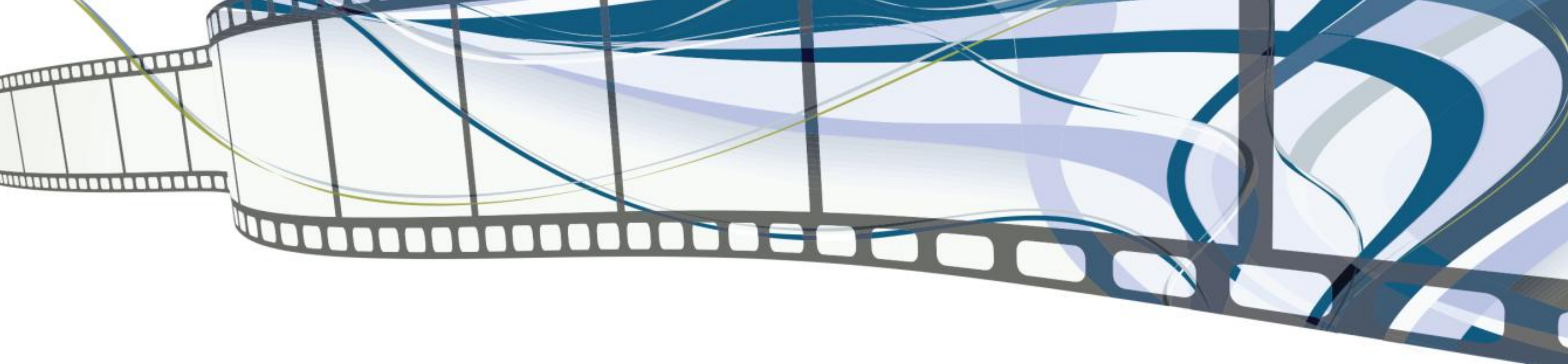
A_مشابهة النمط

B_بناء التفسيرات

C_السلسلة الزمنية

D_ كل ما ذكر أعلاه صحيح

**الإجابة الصحيحة D**



# الوحدة التعليمية التاسعة

# العينـات

## الأهداف التعليمية:

بعد الانتهاء من دراسة الفصل التاسع، ينبغي أن يكون كل طالب قادراً على أن:

1ـ يعرَّف: المجتمع، مجتمع الدراسة، إطار العينة، وحدة المعاينة, العينة، خطأ إطار المعاينة

2ـ تحديد مواصفات العينة الجيدة

3ـ التمييز والمقارنة بين أنواع العينات:

أ ـ العينات غير الاحتمالية:

- العينة بالمصادفة
- العينة الحصصية
- العينة العمدية
- العينة المتكاثرة

ب ـ العينات الاحتمالية:

- العينة العشوائية البسيطة
- العينة العشوائية المنتظمة
- العينة الطبقية
- العينة العنقودية
- العينة متعددة المراحل

4ـ معرفة كيفية تحديد حجم العينة المناسب للدراسة

5ـ معرفة أخطاء العينات في بحوث الإعلام

## العينـات Samples

لا يجرب الإنسان بالضرورة كل شيء، ولا يلمس كل شيء، ولا يرى كل شيء، قد يأكل الإنسان لقمة واحدة من الطعام، فيحكم عليه أنه لذيذ أو غير ذلك، حلو أو مر، ناضج أو غير ناضج...إلخ، وكذلك الأمر عند إجراء البحث العلمي، وقد يكون من الأفضل إجراء البحث على المجتمع ككل، إلا أنه قد يصعب ذلك أو يستحيل، إن اختيار الباحث لعينة ممثلة للمجتمع يغنيه عن إجراء التجربة والدراسة على جميع مفردات المجتمع.

يتناول هذا الفصل العينات من خلال عدة محاور:

- مفاهيم أساسية في مجال العينات.
- اعتبارات تراعى في اختيار العينة.
- أنواع العينات.
- حجم العينة المناسب للبحث.
- أخطاء العينات.



## مفاهيم أساسية في مجال العينات

1 – المجتمع Population

هو التجمع الكامل للأفراد تجمعها سمات مشتركة، وليس بالضرورة أن تجمعها منطقة جغرافية واحدة.

2 – مجتمع الدراسة:

نادراً أن يكون مجتمع الدراسة هو نفسه المجتمع ككل وغالباً يكون جزءاً منه، فقد يسقط بعض أفراد المجتمع من نطاق مجتمع الدراسة لأسباب كثيرة تتعلق بالسفر، الوفاة، تغيير مكان السكن..إلخ.

3 – إطار العينة:

هو قائمة بكل وحدات المعاينة، ويتم سحب العينة من هذه القائمة في آخر مراحل المعاينة. مثلاً: قد نختار عينة من الشباب لدراسة إعلامية على عدة مراحل:

- المرحلة الأولى: اختيار الشباب الجامعي فقط.
- المرحلة الثانية: اختيار الشباب في الكليات الأدبية.
- المرحلة الثالثة: اختيار الشباب في السنة الرابعة حصراً.
- المرحلة الرابعة: اختيار الشباب في السنة الرابعة ممن لم يرسبوا في أي سنة دراسية.

طبعاً لكل مرحلة من المراحل السابقة إطار معين، أولاً إطار للشباب حسب درجة التعليم، ثم إطار حسب نوع الفرع الجامعي، ثم إطار حسب السنة الدراسية،...إلخ.

4 – وحدة المعاينة:

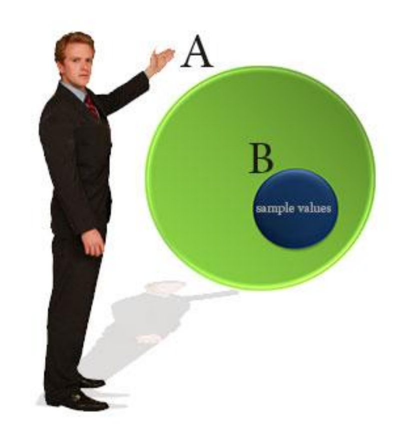
هو المفردات (أشخاص، أو مضمون إعلامي) المتاحة للاختيار في مرحلة من مراحل المعاينة.

5 – العينة Sample:

هو جزء من مجتمع الدراسة، ويفترض أنها تمثل مجتمع الدراسة تمثيلاً حقيقياً، وأنها تسمح بتعميم نتائج الدراسة على المجتمع بأكمله.

6 – خطأ إطار المعاينة Sampling Frame Error

## اعتبارات تراعى في اختيار العينة






يلتزم الباحث عند اختيار العينة بمجموعة من الاعتبارات:

1 ـ أهداف البحث.

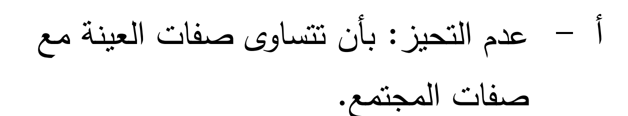
2 ـ القابلية للتعميم، والقابلية لإجراء عمليات حسابية.

3 ـ التناسب مع طبيعة البحث وإمكانيات الباحث.

4 ـ الاقتصاد بهدف تحقيق أقصى قدر من الفائدة العلمية بأقل قدر ممكن من التكلفة.

أما العينة الجيدة فيجب أن تتصف بما يلي:



أ – عدم التحيز : بأن تتساوى صفات العينة مع صفات المجتمع.

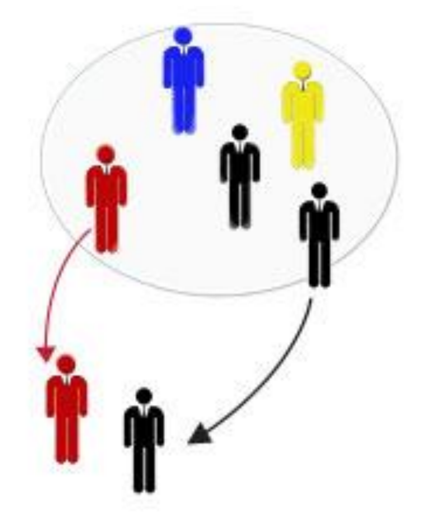
ب – الاقتصاد وعدم صرف نفقات عالية.

ت – التمثيل: أن تكون ممثلة لكل عناصر المجتمع

ث – الدقة: بأن تقل أخطاء المعاينة إلى أدنى مستوى

# أنواع العينات

تنقسم العينات التي تستخدم في بحوث الإعلام وفي بحوث الرأي العام إلى نوعين أساسيين كل منها يتفرع بدوره إلى عدة أنواع:



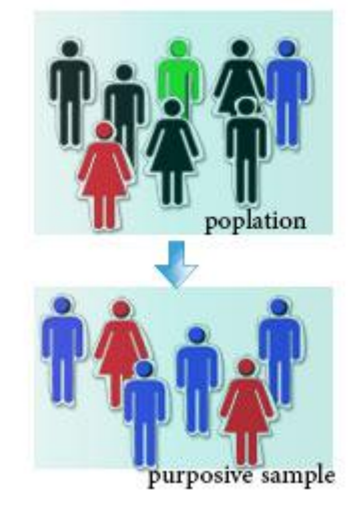
## أ. العينات غير الاحتمالية Non Probability Samples:

وهي العينات التي يتم اختيارها على أسس غير علمية وغير سليمة، وهي عينات غير ممثلة للمجتمع الذي تم اختيارها منه، ولا يمكن الوثوق بها، ولا يمكن تعميم نتائجها، وتشمل عدة أنواع:

### العينة بالمصادفة Accidental Sample:

وهي العينة التي تتيحها الظروف والصدفة في مكان البحث، ويلجأ الباحثون إلى استخدام هذه العينة للحصول على عينة كبيرة بزمن سريع، وبتكلفة قليلة.
مثلاً: اختيار عينة من الناس يتصادف وجودهم في الشارع أو في أحد المؤسسات.

### العينة الحصصية Quota Sample:

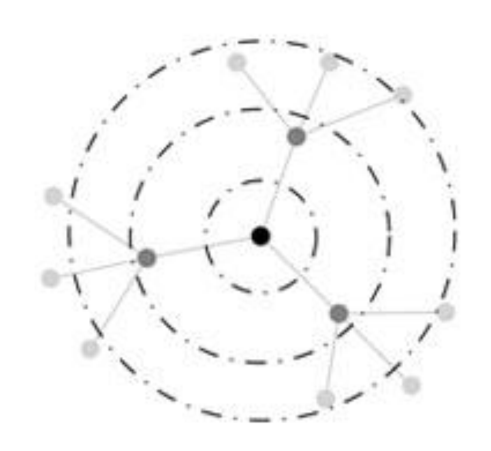



يختار الباحث في هذه العينة مفردات دراسته بإعطاء كل فئة من فئات مجتمع الدراسة (جمهور أو مضمون إعلامي) حصة، ولكنه عندما يختار المفردات داخل الفئات يختارها بتحيز ودون أساس علمي.

### العينة العمدية Purposive Sample:

يختار الباحث مفردات العينة بطريقة عمدي والعينة العمدية رغم أنها غير احتمالية إلا أنها تفيد في حالات كثيرة إذا عرف الباحث بخبرته طبيعة مجتمع الدراسة، فيوفر كثير من الوقت والجهد والمال، بتوجيهها مباشرة وعمدياً إلى فئات معينة أو مفردات معينة.

**العينة المتكاثرة (عينة كرة الثلج Snowball Sampling):**



يختار الباحث عدداً من المفردات الأولى بالطريقة الاحتمالية ثم يستعين بهذه المفردات لاختيار مفردات أخرى حتى يكتمل عدد مفردات العينة.

## ب. العينات الاحتمالية Simple Random Sample:

هي العينات التي يتم اختيار مفرداتها وفقاً لنظرية الاحتمالات، أي وفقاً لمعايير حسابية وبعض الخطوات المنظمة، تعطي العينات الاحتمالية فرصة لكل مفردات المجتمع للوجود ضمن العينة، وبفرص متساوية ومن أنواع العينات الاحتمالية:

**العينة العشوائية البسيطة Simple Random Sample:**

هي أبسط أنواع العينات الاحتمالية، تعطى فيها كل مفردة من مفردات المجتمع فرصة متكافئة للاختبار ضمن العينة، ومن مميزات العينة العشوائية البسيطة أنها لا تتطلب معلومات تفصيلية عن خصائص مجتمع الدراسة، ويسهل فيها الحصول على عينة ممثلة للمجتمع، ويعاب عليها ضرورة إعداد قائمة تشمل جميع مفردات مجتمع الدراسة، وارتفاع تكلفتها، وقد لا نستطيع الحصول على عينة ممثلة بدقة للمجتمع، وخاصة في حالة المجتمع الكبير. وفيما يتعلق بالاختيار العشوائي لمفردات العينة فإن هناك طريقتين:

أ –الاختيار بدون إرجاع: يتم اختيار مفردات العينة، ولا يتم إعادتها ثانية قبل القيام بعمليات الاختيار التالية.

ب ـالاختيار بالإرجاع: يتم اختيار مفردات العينة، وإرجاعها إلى مجتمع الدراسة مما يتيح لها فرصة للظهور ثانية في العينات اللاحقة.

### العينة العشوائية المنتظمة Systematic Sample:

تشبه هذه العينة العينة العشوائية البسيطة إلا أن اختيار هذه العينة يقوم على اختيار أول مفردة بطريقة احتمالية (عشوائية)، ثم يقوم بتحديد فاصل العينة أي المسافة بين رقم مفردة ورقم مفردة أخرى تليها بعد أن يقوم الباحث بإعطاء أرقام لمجتمع الدراسة كله، ويختار مفردات العينة وفق نظام ثابت وتمتاز العينة العشوائية المنتظمة بتوفيرها الوقت والتكلفة والجهد.

مثال: أراد الباحث اختيار 10 % من أعداد صحيفة البالغة 1000 عدد، أي أن عدد مفردات العينة سيبلغ = 100 مفردة أي سيختار عدد صحيفة من كل عشرة أعداد، فيقوم باختيار الرقم الأول عشوائياً وليكن العدد رقم 5 ثم يضيف 10 على كل عدد في كل مرة، أي سيختار الأعداد 5،15،25،35... إلخ حتى يكتمل عدد مفردات العينة.

### العينة الطبقية Stratified Sample:

يتم تقسيم مجتمع الدراسة إلى طبقات، ثم يتم سحب عينة عشوائية بسيطة من كل طبقة، ويميز هذه العينة تمثيلها لمتغيرات مختلفة، ويتم الاختيار في كل طبقة من مجموعة متجانسة، وتتميز أيضاً بانخفاض مستوى خطأ المعاينة، ويعيبها ضرورة توفر معلومات تفصيلية عن خصائص مجتمع الدراسة، وارتفاع التكلفة والجهد والوقت الكبيرين اللازمين لاختيارها.

مثال: إذا أراد الباحث اختيار عينة من طلبة الجامعة الفروع الأدبية يقوم الباحث باختيار طلاب من السنوات الأولى والثانية والثالثة والرابعة، فلو كانت نسبة توزيع الطلاب حسب إحصاءات الجامعة 35% للسنة الأولى، 30% للسنة الثانية، 20% للسنة الثالثة، 15% للسنة الرابعة، فعند اختيار العينة يجب أن تكون نسبة الطلاب المختارين متماثلة مع نسبتهم في مجتمع الدراسة.

### العينة العنقودية Cluster Sample:

يتم تقسيم المجتمع إلى فئات (غالباً متقاربة جغرافياً) وتكون وحدة المعاينة عبارة عن عنقود كبير من العناصر، وتعد العينة العنقودية عينة عشوائية، لأن العناقيد يتم اختيارها عشوائياً، وغالباً يتم اختيار المفردات داخل كل عنقود عشوائياً.

مثال: يتم اختيار 5 مدن من أصل 20 مدينة في بلد ما، ثم داخل كل مدينة 10 أحياء عشوائياً، ثم داخل كل حي 7 شوارع، ثم داخل كل شارع 3 أبنية،... وهكذا.

### العينة متعددة المراحل Multistage Sample:

وهي عينة تقوم على المزج بين نوعين أو أكثر من أنواع العينات الاحتمالية.

مثال: إذا أراد الباحث اختيار عينة متعددة المراحل لمادة إعلامية في بحث عن (القضية الفلسطينية في النشرات الإخبارية التلفزيونية السورية) يقوم بالخطوات التالية:

1- اختيار عينة من المحطات التلفزيونية السورية.
2- اختيار عينة من نشرات هذه المحطات.
3- يقوم الباحث بدراسة كل الأخبار التي تتناول القضية الفلسطينية ضمن النشرات الإخبارية المختارة.

## حجم العينة المناسب للبحث

يتأثر قرار الباحث تحديد حجم معين للعينة بعدة عوامل:

1- طبيعة البحث، والأهداف المحددة له.
2- الوقت المتاح لإنجاز البحث، والتكلفة المرصودة للبحث.
3- نوع العينة: مثلاً العينة العنقودية تحتاج إلى حجم كبير، يليها العينة العشوائية البسيطة، يليها العينة الطبقية.
4- يجب أن يزيد الباحث من حجم العينة التي يختارها أكبر مما يحتاج إليه احتياطياً لتدارك عدم استجابة بعض مفردات العينة.
5- عدد المتغيرات يؤثر في حجم العينة، فكلما زاد عدد المتغيرات زاد حجم العينة.

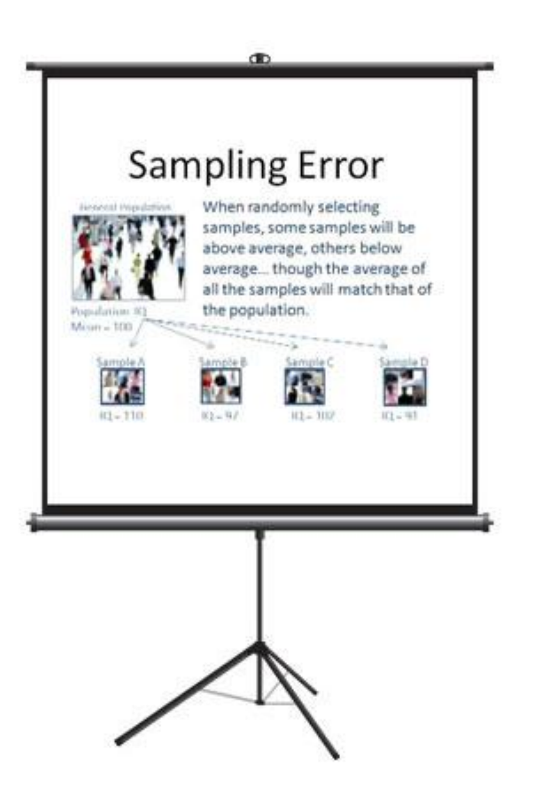
عندما يقوم الباحث بدراسة عدة متغيرات وخصائص ديمغرافية (سكانية)، فيرى كثير من الباحثين أن حوالي 100 مفردة يعتبر حجماً مناسباً لدراسة كل سمة ديمغرافية.
مثال: إذا أراد دراسة تأثير التعليم لطلاب الجامعة على التعامل مع الانترنت وكانت فئات التعليم المحددة سنة أولى، ثانية، ثالثة، رابعة، أي أربع فئات 4×100=400، ففي هذه الحالة يفضل ألا يقل حجم العينة عن 400 مفردة.
وإذا أراد قياس تأثير متغير آخر مثل الجنس (ذكور، إناث)، يجب عليه اختيار 200 مفردة من كل فئة 100 ذكور + 100 إناث، وبالتالي يكون حجم العينة الأمثل هو 800.

6- يمكن للباحث أن يحاكي أسلوب باحثين آخرين في اختيارهم لحجم العينة المناسب في دراسات أجروها، وتوصلت إلى نتائج جيدة موثوقة.

7- يمكن اعتبار أنه كلما زاد حجم العينة كان أفضل للبحث، وذلك مع شرط توفر شرط التمثيل للمجتمع.

8- تؤثر الأدوات البحثية المستخدمة دوراً في تحديد حجم العينة الأمثل.

## أخطاء العينات في بحوث الإعلام




تنقسم أخطاء العينات في بحوث الإعلام والرأي العام إلى نوعين:

أ - أخطاء المعاينة: ومن أهم أسباب هذه الأخطاء صغر حجم العينة، عدم مراعاة الاستجابة، وعدم مراعاة تباين المجتمع.

ب - أخطاء التحيز: وتتمثل هذه الأخطاء في عدم صلاحية إطار العينة، أو تحيز الباحث، وعدم استخدامه طرق صحيحة في الاختيار.

وتوجد عدة طرق لحساب خطأ العينة، وأبسط الطرق هو حساب الخطأ المعياري Standard Error، وهو حساب مدى تشتت متوسطات العينة عن متوسطات المجتمع الذي سحبت منه العينة.

## الخلاصة

تتناول الوحدة التعليمية التاسعة العينات وخصائصها وأنواعها، ومميزات كل نوع من أنواع العينات، وكيفية اختياره، وأسلوب توظيفه ضمن البحث العلمي، وحجم العينة المناسب، وأخطاء العينات.

## تمارين:

اختر الإجابة الصحيحة لكل مما يلي:

### 1 ـ إطار العينة هو:

A ـ التجمع الكامل للأفراد الذين تجمعهم سمات مختلفة

B ـ قائمة بكل وحدات المعاينة

C ـ هو العينة التي تجري الدراسة الفعلية عليها

D ـ كل ما ذكر أعلاه خطأ

**الإجابة الصحيحة B**

### 2 ـ مواصفات العينة العلمية الجيدة:

A ـ القابلية للتعميم

B ـ التمثيل

C ـ عدم الاحتمالية

D ـ الدقة

**الإجابة الصحيحة C**

### 3 ـ ليس من العينات الاحتمالية:

A ـ العينة العمدية

B ـ العينة العشوائية البسيطة

C ـ العينة الطبقية

D ـ العينة العنقودية

**الإجابة الصحيحة A**

**4– من أهم أخطاء المعاينة في عينات في بحوث الإعلام:**

A– صغر حجم العينة

B– عدم مراعاة رفض الاستجابة من المبحوثين

C– عدم مراعاة تباين المجتمع

D– كل ما ذكر أعلاه صحيح

**الإجابة الصحيحة D**

**5– أكثر العينات التي تحتاج إلى حجم كبير:**

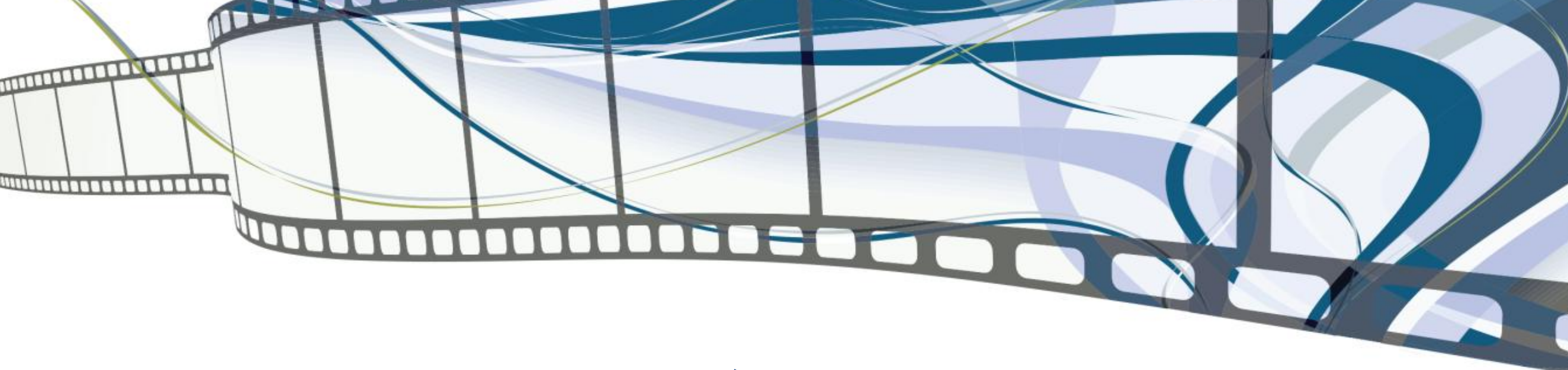
A– العينات العنقودية

B– العينات العشوائية البسيطة

C– العينات الطبقية

D – العينات العمدية

**الإجابة الصحيحة A**



# الوحدة التعليمية العاشرة

# معالجة العينات وتحليلها واختبار الفروض

## الأهداف التعليمية:

بعد الانتهاء من دراسة الفصل العاشر، ينبغي أن يكون كل طالب قادراً على أن:

1ـ التعرف على كيفية ترميز البيانات وجدولتها

2ـ التعرف على تفريغ البيانات وإدخالها

3ـ تعريف المعاملات الإحصائية المستخدمة في الجداول التكرارية، الوسط الحسابي، الوسيط، المنوال، المدى، الانحراف المعياري

# معالجة البيانات وتحليلها واختبار الفروض

بعد جمع البيانات والمعلومات من الميدان يقوم الباحث بالأعمال المكتبية قبل بدء عملية تحليل البيانات وتنقسم هذه الأعمال إلى:

أولاً: ضبط جودة البيانات.

ثانياً: ترميز البيانات وجدولتها.

ثالثاً: تفريغ البيانات وإدخالها.

رابعاً: التعامل مع البيانات المفقودة وغير الواضحة.

خامساً: إعداد البيانات لإجراء التوزيعات التكرارية.

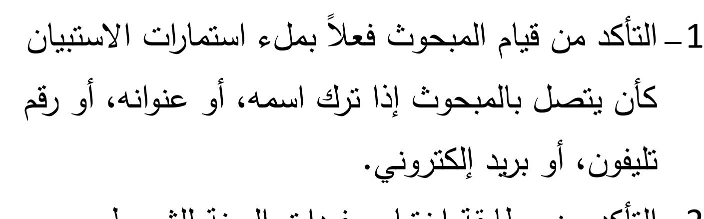
سادساً: إعداد جداول التوزيع التكراري.

سابعاً: المعاملات الإحصائية المستخدمة في الجداول التكرارية.

ثامناً: تحليل النتائج واختبار الفروض.

## ضبط جودة البيانات





1- التأكد من قيام المبحوث فعلاً بملء استمارات الاستبيان كأن يتصل بالمبحوث إذا ترك اسمه، أو عنوانه، أو رقم تليفون، أو بريد إلكتروني.

2- التأكد من مطابقة اختيار مفردات العينة للشروط المحددة للبحث.

3- التأكد من قيام المبحوث بملء كل الأسئلة التي يجب أن يجيب عنها بطريقة سليمة، واضحة، دقيقة، وتدارك أي نواقص عن طريق التواصل مع المبحوث إن أمكن.

## ترميز البيانات وجدولتها

الترميز Coding: هو اصطلاحات بين الباحثين يتفقون عليها، عن طريق إعطاء كل إجابة من إجابات المبحوثين رمزاً، أو رقماً معيناً، وهذه الرموز أو الأرقام يمكن إعطاؤها قبل إجراء الدراسة، أو بعدها، فيقوم الباحث بإعداد دليل تعليمات للقائمين بالترميز عن أسلوب تحويل الإجابات إلى أرقام.
أما جدولة البيانات فتعني تنظيمها وعرضها بطريقة تمكن الباحث من تحليلها.





## تفريغ البيانات وإدخالها

يعتمد الباحث في هذه المرحلة على برامج إحصائية باستخدام الكمبيوتر ومن أكثر هذه البرامج استخداماً برنامج SPSS اختصاراً لحزمة البرامج الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package For Social Sciences، والخطوة الأولى في هذه العملية هي إنشاء ملف للدراسة في برنامج SPSS، ويقوم بتعريف متغيرات البحث وتسميته، أما الخطوة الثانية فهي إدخال البيانات الموجودة في أداة جمع البيانات (استمارة استبيان أو مقابلة، أو استمارة تحليل مضمون... إلخ) ضمن ملف البيانات الذي تم إنشاؤه.

## التعامل مع البيانات المفقودة أو غير الواضحة

قد تحدث أخطاء أثناء إجراء الدراسة الميدانية أو بعدها مثل: عدم وجود إجابات على بعض الأسئلة، أو وجود أخطاء أثناء الترميز، أو الإدخال إلى الكمبيوتر، وتسبب هذه الأخطاء عدة مشكلات في تحليل البيانات، مما يتطلب قيام الباحث بإجراءات لتصحيح أخطاء التسجيل أو الترميز أو إدخال البيانات.

## إعداد البيانات لإجراء التوزيعات التكرارية

التوزيع التكراري هو الحالة الإحصائية للمتغير، وبما أن "المتغير" يتكون من عدد من الفئات لا يقل عن اثنين (مثال النوع ذكر، أنثى)، فإن التوزيع التكراري هو المقياس الذي يستخدمه الباحث لمعرفة الاختلافات بين أفراد العينة من حيث توزعهم على الفئات المختلفة للمتغير.

ويفضل ألا يكثر الباحث من عدد الفئات التي يوزع عليها أفراد العينة، فكلما زادت زادت صعوبة التعامل معها.

## إعداد جداول التوزيع التكراري Frequency Distributions

يقوم الباحث باستخدام برنامج SPSS لإعداد جداول التوزيع التكراري، أو يقوم بإعدادها يدوياً في حالة العينات صغيرة العدد، ويجب أن يتأكد من صحة ودقة الأرقام الواردة في الجداول، ومطابقتها مع العدد الكلي لأفراد العينة الذين أجابوا على أسئلة الاستمارة.

مثال: إذا كان المتغير المطلوب إعداد جدول تكراري له هو الحالة الزواجية يمكن أن يصمم الجدول التكراري على الشكل التالي:



| الرمز | الفئات | التكرارات | النسبة المئوية |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 | عازب | | |
| 2 | متزوج | | |
| 3 | أرمل | | |
| 4 | مطلق | | |
| المجموع | | | 100% |

## المعاملات الإحصائية المستخدمة في الجداول التكرارية

يستخدم الباحث بالإضافة إلى التكرارات والنسب المئوية مجموعة من المعاملات الإحصائية مثل:

### أ. الوسط الحسابي Mean:

هو القيمة التي تنتج من قسمة مجموع قيم المتغير على عدد أفراد العينة:

مثال: عند سؤال عشرة أشخاص من الشباب عن أعمارهم كانت إجاباتهم:

| المفردة: | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| العمر: | 18 | 23 | 25 | 20 | 22 | 19 | 18 | 20 | 20 | 20 |

فإن مجموع أعمارهم هو 205، فإذا قمنا بقسمة هذه القيمة على عدد أفراد العينة النتيجة هي: (20.5).

معادلة حساب الوسط الحسابي $\bar{\text{س}} = \frac{\text{مج س}}{\text{ن}}$

س: الوسط الحسابي. ، ن: عدد أفراد العينة. ، مج س: مجموع "قيم" أفراد العينة في المتغير.

وفي حالة التوزيعات التكرارية تستخدم المعادلة التالية: $\bar{\text{س}} = \frac{\text{مج س ك}}{\text{مج ك}}$

مج س.ك: مجموع حاصل ضرب كل قيمة في عدد مرات تكرارها.

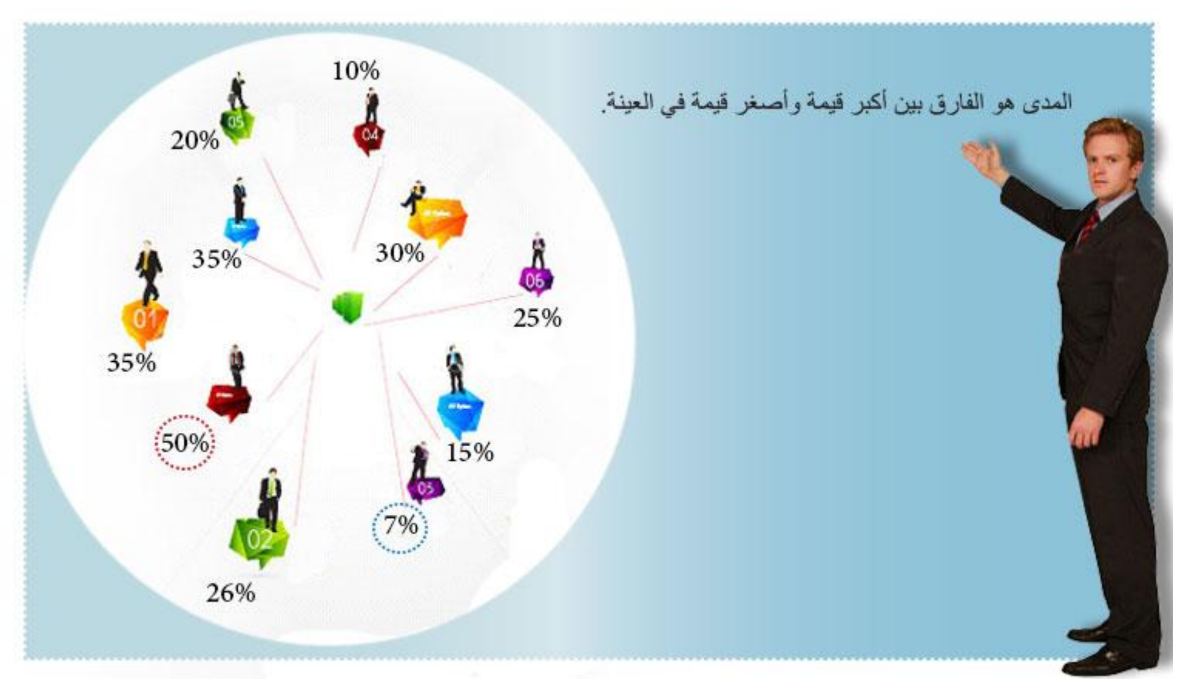
مج ك: مجموع تكرارات القيم.

### ب. الوسيط Median:

يعني الوسيط القيمة الوسطى في حالة ترتيب البيانات تصاعدياً أو تنازلياً، وفي حالة كان عدد البيانات زوجياً يتم أخذ القيمتين الموجودتين في الوسط، وجمعهما، ثم قسمتهما على اثنين لحساب الوسيط.

مثال: يريد الباحث معرفة الوسيط لعدد ساعات مشاهدة عينة من الأفراد ( 10 ) للتلفزيون:

| المفردة: | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| عدد ساعات المشاهدة: | 3 | 4 | 6 | 4 | 2 | 1 | 6 | 5 | 8 | 5 |




يتم ترتيب هذه القيم كالتالي لحساب الوسيط:

| مفردات العينة | الترتيب التنازلي | الترتيب التصاعدي |
|---|---|---|
| 1 | 8 | 1 |
| 2 | 6 | 2 |
| 3 | 6 | 3 |
| 4 | 5 | 4 |
| 5 | 5 | 4 |
| 6 | 4 | 5 |
| 7 | 4 | 5 |
| 8 | 3 | 6 |
| 9 | 2 | 6 |
| 10 | 1 | 8 |

ويكون الوسيط هو القيمة التي تقع بين القيمة الخامسة والسادسة أي قيمة الوسيط هي
: $\frac{5+4}{2}$ أو $\frac{4+5}{2} = 4.5$

### ج. المنوال Mode:

هو أكثر القيم شيوعاً وتكراراً في التوزيع التكراري للعينة.

مثال: عدد المرات في الشهر التي يرتاد فيها أفراد العينة صالات السينما

| المفردة: | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|
| عدد المرات: | 4 | 2 | 2 | 3 | 1 |

هنا المنوال هو "2" لأنه الأكثر تكراراً في القيم السابقة (عدد المرات).

### د. المدى Range:

هو الفارق بين أكبر قيمة وأصغر قيمة في العينة.

### هـ. الانحراف والتباين المعياري Variance and Standard Deviation:

- الانحراف من الوسط الحسابي عبارة عن الفارق بين أي قيمة في العينة والوسط الحسابي.
- أما التباين: فهو متوسط مربع الانحراف عن الوسط الحسابي.

التباين (س$^2$) = مجموع $\frac{(\text{س} - \bar{\text{س}})^2}{\text{ن}}$

س = قيمة المفردة.

$\bar{\text{س}}$ = الوسط الحسابي لجميع المفردات.

ن = عدد المفردات.

أما الانحراف المعياري فهو الجذر التربيعي للتباين.

## تحليل النتائج واختبار الفروض

وهي المرحلة الأخيرة قبل قيام الباحث بكتابة تقريره النهائي للبحث، فيقوم باختبار العلاقة أو بين المتغيرات، فيتوصل إلى إثبات صحة الفروض أو عدم صحتها بناءً على استخدام إحصائية تبعاً لطبيعة الفروض والهدف من الدراسة.

## الخلاصة

تتناول الوحدة التعليمية العاشرة جمع البيانات والمعلومات التي يحتاجها الباحث في بحثه الإعلامي،وكيفية ترميزها وتفريغها وإعداد الجداول التكرارية، وكيفية تحليل النتائج واختبار الفروض.

## تمارين:

اختر الإجابة الصحيحة لكل مما يلي:

**1ـ أكثر البرامج الإحصائية التي يعتمد عليها في تفريغ ومعالجة البيانات اختصاره:**

NLSP_A

PSSP_B

SPSS_C

LPSS_D

**الإجابة الصحيحة C**

**2ـ الحالة الإحصائية للمتغير هي:**

A_التوزيع التكراري

B_أصغر قيمة للمتغير

C_كل ما ذكر أعلاه صحيح

D_كل ما ذكر أعلاه خطأ

**الإجابة الصحيحة A**

**3ـ القيمة الوسطى في حال ترتيب البيانات تصاعدياً أو تنازلياً هو:**

A_الوسط

B_المنوال

C_الوسيط

D_الانحراف المعياري

**الإجابة الصحيحة C**

**4 ـ س = $\frac{\text{مجـ س}}{\text{ن}}$ هي المعادلة:**

A ـ الوسط الحسابي

B ـ الوسيط

C ـ المنوال

D ـ الانحراف المعياري

**الإجابة الصحيحة A**

**5 ـ الفارق بين أكبر قيمة وأصغر قيمة في العينة هو:**

A ـ الوسط

B ـ المنوال

C ـ الوسيط

D ـ الانحراف المعياري

**الإجابة الصحيحة B**



# الوحدة التعليمية الحادية عشر

# كتابة البحث الإعلامي، وتوثيق المراجع

## الأهداف التعليمية:

بعد الانتهاء من دراسة الفصل الحادي عشر، ينبغي أن يكون كل طالب قادراً على أن:

1- معرفة كيفية كتابة العنوان

2- معرفة أسلوب عرض صلب البحث

3- معرفة أسلوب عرض نتائج البحث

4- يوثق مراجع الدراسة مع اختلاف نوعها، كتب، مقالة في مجلة، موسوعة ورقية، مقالة في صحيفة، مقالة على الإنترنت، رسائل الماجستير والدكتوراه

5- يطلع على تعليمات طباعة البحوث ورسائل الماجستير والدكتوراه

## كتابة البحث الإعلامي: التقرير النهائي

التقرير النهائي للبحث العلمي وثيقة علمية تتضمن ما قام به الباحث من إجراءات علمية، وما توصل إليه من نتائج، وما يطرحه من اقتراحات علمية، ويتناول هذا الفصل كتابة البحث العلمي من خلال عدة محاور:

أولاً: صفحة عنوان البحث.

ثانياً: دليل تقسيم الأبواب والفصول والأجزاء والمباحث.

ثالثاً: صلب البحث.

رابعاً: نتائج البحث.

خامساً: قائمة المراجع.

سادساً: الملاحق.

## صفحة العنوان وتتضمن

- المؤسسة أو المنظمة أو الجهة التي يقدم إليها البحث، أو التي ترعى البحث.
- عنوان البحث.
- الإطار الذي يقدم به البحث (رسالة ماجستير، دكتوراه، بحث ترقية....إلخ)
- الجهة المشرفة أو المشرف على البحث.
- تاريخ تقديم البحث.

نموذج لصفحة العنوان:

جامعة دمشق

كلية الإعلام




عنوان البحث

رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في الإعلام

إعداد الباحث

المشرف: المسمى العلمي:

المشرف المشارك: المسمى العلمي:

2013 (التاريخ الميلادي)

شروط العنوان: هناك عدة شروط يفضل التزام الباحث بها:

- ألا يزيد حروف العنوان على 50 حرفاً بما فيها علامات الترقيم والفراغات، وفي حالة الزيادة يكتب اختصار بعض الكلمات.
- يكتب العنوان في وسط الصفحة.
- يلخص العنوان الفكرة ويشير إلى العلاقة والتأثير بين متغيرات الدراسة.
- أن يكون العنوان موضحاً عن موضوع البحث.
- أن تتبين منه حدود الموضوع وأبعاده.

- أن لا يتضمن ما ليس داخلاً في موضوع البحث.
- أن يكون مرناً بحيث لو احتاج إلى إجراء تعديل فيه كان ذلك ممكناً.

## دليل الأبواب والفصول والأجزاء والمباحث

ويتم فيه عرض محتويات الأبواب والفصول والأجزاء والمباحث مع ذكر أرقام صفحاتها.

## متن البحث: Main text

**التقديم:** تتضمن الشكر لمن ساعد الباحث في إنجاز البحث.

**تمهيد البحث:** وهو عرض موجز لبعض السمات أو الخصائص التي تمهد لموضوع البحث.

**منهجية البحث:** وتتضمن:

أ – مدخل حول المجال العلمي لموضوع البحث.

ب–أهمية البحث والهدف أو الأهداف منه.

ج–تحديد المشكلة البحثية.

د– تحديد المفاهيم والمصطلحات الواردة في مشكلة البحث، وفروضه.

ه– الدراسات السابقة.

و– تحديد التساؤلات والفروض البحثية التي يهدف الباحث إلى اختبارها.

ز– تحديد وسائل وأدوات جمع البيانات الأولية للبحث، وأساليب القياس والاستخدامات الإحصائية.

ح–تحديد مجتمع البحث وعينته.

ط–طبيعة الدراسة أسلوب إجرائها: تحليلية، ميدانية، تجريبية....الخ.

## نتائج البحث ومناقشتها وتقديم المقترحات

يقدم الباحث في هذه الفصل خلاصة ما توصل إليه من نتائج مع تفسيرها وتحليلها، مع تقديم مقترحات بحثية للباحثين الذين يودون تناول موضوعات ذات صلة بموضوع بحثه، كما قد يتضمن مقترحات إلى جهات حكومية أو خاصة.

تعليمات خاصة بكتابة النتائج:

- ليس من الضروري أن تبدأ في صفحة جديدة، ويمكن الاكتفاء بإبراز كلمة النتائج.
- عرض أهم النتائج، ثم سرد تفاصيل النتائج دون التعليق على النتائج ضمن هذا الجزء.
- احتواء النتائج على الأرقام وأجزائها بشكل منظم.

**مناقشة النتائج وتقديم المقترحات:**

والهدف من مناقشة النتائج تقييمها، وتفسيرها، ويمكن مراعاة ما يلي عند مناقشة النتائج:

- عرض أهم النتائج دون ذكر المصطلحات الإحصائية.
- التعليق على أهم النتائج.يقدم الباحث مقترحاته للباحثين الذين ينوون دراسة موضوعات ذات صلة بموضوعه.
- ضرورة ربط نتائج الدراسة بالإطار العام للدراسة.

## قائمة المراجع: Reference

يقوم الباحث في هذه الجزء بإثبات المراجع في قائمة نهائية وذلك على النحو التالي:

1ـ الأبحاث العلمية والتقارير والوثائق غير المنشورة.
2ـ الكتب والدراسات العربية والمترجمة.
3ـ الكتب والدراسات الأجنبية.
4ـ الدوريات والمجلات العربية.
5ـ الدوريات والمجلات الأجنبية.
6ـ مواقع الصفحات الإلكترونية.
7ـ المقابلات.

## طريقة كتابة المراجع:

تتعدد طرق إثبات المراجع وفقاً لطبيعة المرجع، ونوعه، وعدد مرات استخدامه، كما تختلف طريقة إثبات المرجع لأول مرة، عن طريقة إثبات المرجع مرة ثانية، كما تختلف في حال كان المرجع لمؤلف واحد، أو أكثر.

– يتم توثيق المصادر في البحث وفقاً لطريقة أو نسق يسمى APA Style وهو اختصار لِ:

American Psychological Association حيث وضعت الجمعية النفسية الأمريكية أسس هذا النسق، ويجد أنساق أخرى مثل MLA، و Chicago لكن نمط APA هو الأكثر شيوعاً، وهو الذي اعتمدته جامعة دمشق.

## طريقة توثيق الكتب: Books:

عند توثيق الكتب يمكن تمييز عدة حالات:

**1ـ كتاب لمؤلف واحد:**

| الاسم الأخير، الاسم الأول. (سنة النشر). عنوان الكتاب (ط. ثم رقم الطبعة إن وجد) مكان النشر. الناشر. |
|---|

مثال1:

حلمي، نبيل. (1988). الإرهاب الدولي. (ط. 1) القاهرة: دار الفكر العربي.

مثال2:

وهبى، سحر محمد. (1996). بحوث في الإتصال.(ط. 1) القاهرة: درا الفجر للنشر.

**2 ـ كتاب لمؤلفين اثنين وحتى ستة مؤلفين:**

| نسير على النظام السابق، لكننا نضع فاصلة وبعدها واو قبل اسم آخر كاتب، ويجب وضع أسماء الكتاب حسب ترتيب ورودهم على غلاف الكتاب أو صفحة العنوان. |
|---|

مثال:

الحاج، كمال، شقير، بارعة. ( 2006) الإخراج الإذاعي التلفزيوني . (ط. 1). دمشق: مطبعة جامعة دمشق.

**3- كتاب له أكثر من ستة مؤلفين:**

| نكتب أسماء المؤلفين حتى المؤلف السادس ثم نضيف عبارة وآخرون. |
|---|

مثال:

خضور، أديب، الساعي، ندى، المصري، عربي، الحلاق، بطرس، أبو رشيد، نهلة، عبود، ريم، وآخرون. (2012). الإعلام السوري (ط. 2). دمشق: دار المعارف.

**4- كتاب مترجم:**

| الاسم الأخير للمؤلف، الحرف الأول من الاسم الأول. (سنة النشر). عنوان الكتاب مع وضع خط تحته (اسم المترجم غير معكوس، مترجم). مكان النشر: الناشر. |
|---|

مثال:

هاردينغ، ت (2006). الكتابة الإذاعية (أديب خضور، مترجم، دمشق: المكتبة الإعلامية.

**5- فصل من كتاب له محرر:**

| الاسم الأخير لمؤلف الفصل أو المقالة، الاسم الأول. (سنة النشر). عنوان المقالة. في اسم المحرر غير معكوس (محرر). عنوان الكتاب مع وضع خط تحته (ط. رقم الطبعة،ص ص. رقم صفحة البداية – رقم صفحة النهاية). مكان النشر: الناشر. |
|---|

مثال:

النابلسي، أحمد. ( 2009). العلاج بالعسل. في على الصالح (محرر)، العلاج بالطب الشعبي (ط. 2، ص ص. 17-22). بيروت: درا الشفاء.

**6-فصل من كتاب ليس له محرر:**

| الاسم الأخير لمؤلف الفصل أو المقالة، الاسم الأول. (سنة النشر). عنوان المقالة في عنوان الكتاب مع وضع خط تحته (ط. رقم الطبعة، ص ص, رقم صفحة البداية – رقم صفحة النهاية). مكان النشر: الناشر. |
|---|

مثال:

المصطفى، داوود. ( 2003). البرمجة اللغوية العصبية. في مهارات للنجاح (ط. 2، ص ص 13 – 33). عمان: الدار الوطنية للنشر.

## الموسوعة الورقية: Print encyclopedia

عند توثيق الموسوعات الورقية يمكن أن نميز مجموعة من الحالات نوجزها فيما يلي:

1- **مقالة من موسوعة لها مؤلف:** نستخدم هذه القاعدة في حال كان اسم الكاتب مكتوباً على المقالة، أو في حال كان هناك مؤلفاً
(أو أكثر) لكل الموسوعة، وبالتالي يكون مؤلفاً لكل مقالاتها.

| الاسم الأخير. الاسم الأول. (سنة النشر). عنوان المقالة, في عنوان الموسوعة مع وضع خط تحته (ج. رقم الجزء، ص ص. رقم صفحة البداية – رقم صفحة النهاية. مكان النشر: اسم الناشر. |
|---|

مثال1:

العلي، أحمد. ( 1999). المكتبات المدرسية في الكويت. في دائرة المعارف البريطانية (ج. 3، ص ص. 17 – 23). د. ن.

مثال1:

Smith. R. K (1993). Depression. In Encyclopedia Britical (Vol. 26.PP.501-505).Chicago: Encyclopedia Britanic

2- **مقالة من موسوعة دون معرفة المؤلف (نبدأ بعنوان المقالة)** : نستخدم هذه القاعدة في حال لم يكن هناك مؤلف لا للموسوعة بشكل عام أو المقالة.

| عنوان المقالة. (سنة النشر). في عنوان الموسوعة مع وضع خط تحته (ج. رقم الجزء، ص ص. رقم صفحة البداية – رقم صفحة النهاية). مكان النشر: الناشر. |
|---|

مثال1:

الثلوث البيئي. (1996) في الموسوعة العربية العالمية (ج. 7، ص ص. 128 – 130)
الرياض: مؤسسة أعمال الموسوعة للنشر والتوزيع.

مثال2:

Relativity (1993). In Encyclopedia britanica (Vol. 26, PP. 508) Cicago: Evans publishing.

ملاحظة: الموسوعات الإلكترونية (مثل ويكيبديا) تعامل معاملة مقالات الإنترنت وليس الموسوعات المطبوعة.

## المجلات والصحف: Magazines and newspapers

عند توثيق المجلات والصحف يمكن أن نميز مجموعة من الحالات:

### 1- مقالة من مجلة أو دورية:

| الاسم الأخير، الاسم الأول. (سنة النشر، اليوم إن وجد ثم الشهر إن وجد). عنوان المقالة. عنوان المجلة مع وضع خط تحته، رقم المجلد إن وجد (رقم العدد)، رقم صفحة البداية – رقم صفحة النهاية. |
|---|

مثال2:

قليني، سوزان. (1998)، ديسمبر). مدى اعتماد الصفوة المصرية على التلفزيون وقت الأزمات. المجلة العلمية لبحوث الإعلام، مجلد2 (7)، ص23 – 64.

مثال3:

M C Donald, D. (1993), October). Investing: Assumpling of media dependency research. Communication research, 10(141), 501 – 559.

### 2- مقالة من صحيفة يومية:

| الاسم الأخير، الاسم الأول. (سنة النشر، اليوم، الشهر). عنوان المقالة. اسم الصحيفة مع وضع خط تحته، رقم العدد، ص. رقم صفحة البداية – رقم صفحة النهاية. |
|---|

مثال:

عيد، ناظم. (2013، 17،3). الإعلام وتحديات الأزمة. الدستور، (1171، 16) ص. 17.

ملاحظة: المقالات التي يتم استخراجها من قاعدة بيانات Proquest تعتبر مقالات من دوريات لأن لها أصلاً مطبوعاً، وتطبق عليها قاعدة مقالات الدوريات.

### 11-5-1-4- مقالات منشورة على الإنترنت Internet articles

| الاسم الأخير للمؤلف، الاسم الأول. (سنة نشر المقالة، اليوم، الشهر). عنوان المقالة مع وضع خط تحته، استرجعت في تاريخ اليوم الشهر، السنة من... hTTp:// www... |
|---|

**مثال:**

الطويل، عزت (د.ت). سيكولوجيا العدوان. استرجعت في تاريخ 15 آذار، 2003 من hTTP//www. Elazeyem. Com/agression.htn

### وقائع المؤتمرات والندوات Conference proceedings

| الاسم الأخير للمؤلف، الاسم الأول. (تاريخ انعقاد المؤتمر. عنوان البحث أو المقالة مع وضع خط تحته. قدم إلى الندوة أو المؤتمر، مكان الانعقاد. |
|---|

مثال:

الشوفي، نزيه. ( 2004 17 – 19 كانون الثاني). الإعلام العربي وأشكال السيطرة الراهنة . قدِم إلى مؤتمر الإعلام العربي رؤية شاملة، دمشق.

### رسائل الماجستير والدكتوراه Theses and dissertations

| الاسم الأخير للمؤلف، الاسم الأول. (سنة النشر). عنوان الرسالة مع وضع خط تحته. نوعها، اسم الجامعة، مكان النشر. |
|---|

مثال1:

شقير، بارعة. ( 1995). دور التلفزيون اللبناني في ترتيب أولويات طلبة الجامعة اللبنانية . رسالة ماجستير، جامعة القاهرة،القاهرة.

مثال2

الحافظ، أحمد. ( 1984). الصحافة والدفاع الاجتماعي ضد الجريمة مع التطبيق على الصحف المصرية. من عام 1961 – 1075. رسالة دكتوراه، جامعة القاهرة، القاهرة.

**ملاحظات هامة جداً واستثناءات القواعد:**

1- في حال عدم معرفة ناشر الكتاب أو الموسوعة نكتب د.ن. وهي تعني دون. ناشر.
2- في حال عدم معرفة تاريخ النشر نكتب (د.ت) في القوسين الخاصين بالتاريخ، وهي تعني دون تاريخ، وبالإنكليزية يقابلها (n.d).
3- دائماً نكتب كلمة في قبل اسم الموسوعة وباللغة الإنكليزية in.
4- نعبر عن رقم طبعة الكتاب بهذا الشكل (ط. 3)، وبالإنكليزية نعبر عن رقم طبعة الكتاب بهذا الشكل (1st.ed.), (2nd. ed.), (3rd,ed.),(4th.ed.)...إلخ. وفي حال عدم وجود طبعة للكتاب، أو عدم وجود جزء للموسوعة أو مجلد الدورية، لا نكتب شيئاً.
5- في مواقع الإنترنت، تاريخ الاسترجاع يعني اليوم الذي قمنا فيه بمشاهدة هذه الصفحة، ونكتبها على هذا الشكل:"استرجعت في تاريخ 15 نوفمبر 2012"، وباللغة الإنكليزية يقابلها Retrieved Novinger 15th, 2012 حيث يتم تقديم الشهر على اليوم.
6- في حال عدم وجود مؤلف، نبدأ بعنوان المقالة أو الكتاب، ثم سنة النشر، ثم بقية التفاصيل كالمعتاد.
7- عند كتابة أسماء المؤلفين يتم إسقاط الألقاب مثل دكتور، مهندس،...إلخ.
8- في حال كان الاسم ثلاثياً أو رباعياً يكتب بأن يوضع اسم العائلة أو الاسم الأخير، ثم الاسم الأول ثم الاسم الثاني فالثالث.
9- عند كتابة أسماء المؤلفين الأجانب (سواء في المصادر العربية أو الإنكليزية) نكتب الاسم الأخير، ثم نضع فاصلة، ثم فراغاً، ثم الحرف الأول من اسم المؤلف الأول، ثم نقطة.
مثال: تومسون، ج.

وفي حال كان هناك اسم أوسط نضع أيضاً أول حرف منه بعد الحرف الأول من الاسم الأول:

**مثال:**

Sarah Jqmes Robin　　　Robin. S. R

10- عند وجود أكثر من مؤلف للمصدر نفسه، نضع الكتّاب وفقاً لترتيبهم المكتوب في المصدر، ولا نرتبهم هجائياً، لأن ترتيبهم يعكس مدى مساهمة كل كاتب في العمل، أو يعطي المرتبة العلمية، ونضع دائماً قبل اسم الكاتب الأخير و، وبالإنكليزية &.

11- في حال كان المؤلف جهة يكتب الاسم كاملاً دون أن يقلب،، مثلاً وزارة الإعلام، أو اليونسكو.

12- عند زيادة عدد الكتاب عن ستة، نكتب أول ستة أسماء، ونضع عبارة آخرون، ويقابلها بالإنكليزية. et al

13- عند كتابة الصفحات نضع شرطة بين الأرقام، وليس كلمة (إلى)، مثلاً 25 – 33.

14- في حال وجود مجلد أو عدد، نضع رقم العدد بين قوسين للتفرقة بينهما، أما إذا غاب المجلد، فيوضع رقم العدد مباشرة دون الحاجة للقوسين، علماً بأن المجلد لا يوجد دون رقم العدد.

15- الأشهر تكتب أسماء وليس أرقاماً.

مثلاً:

كانون ثاني، وبالإنكليزية January وليس اختصاراً .jan.

16- علامات الترقيم (النقاط، والفواصل) توضع بجانب آخر كلمة، ثم يترك فراغ بعد علامة الترقيم، وليس العكس عند عمل قائمة المصادر (بيليوغرافيا).

1- يتم ترتيب المصادر هجَائيا حسب أسماء عائلات المؤلفين مع ترقيم كل مصدر، وفي حال عدم وجود اسم للمؤلف كما في حال بعض المقالات من الموسوعات مثلاً، يتم الاعتماد على عنوان المقالة كما لو كان اسم المؤلف، وفي حال بدء الأسماء بالحرف نفسه، ننظر إلى ثاني حرف من الاسم الأخير.

2- يجب أن تكون قائمة المصادر مرقمة.

3- عند ترتيب أسماء المؤلفين، نسقط أل التعريف من الاعتبار (لكننا نكتبها)، فمثلاً مؤلف اسم عائلته الصالح، يعتبر مبدوءاً بحرف (الصاد) حين الترتيب.

4- في حال وجود أكثر من مصدر للمؤلف نفسه، نرتبها بناء على التاريخ، الأقدم، ثم الأحدث، ولو كان المصدران منشوران في التاريخ نفسه، نرتبها هجائياً حسب الحرف الأول من عنوان المصدر.

5- لا نقوم بتقسيم قائمة المصادر إلى أجزاء جزء للموسوعة، وجزء للكتب، بل نضع المصادر جميعها، ونرتبها هجائياً حسب الاسم الأخير للمؤلف ← مباشرة.

## مثال على قائمة مصادر نهائية:

يدرج الباحث في نهاية البحث قائمة بالمصادر والمراجع التي استعان بها في إعداد بحثه مع مراعاة الضوابط التالية:

تقسيم قائمة المراجع إلى قسمين:

أ – يحتوي القسم الأول على قائمة المراجع العربية ترتب فيها أسماء المؤلفين هجائياً تبعاً لاسم عائلة المؤلف مع إهمال (أل) المؤلف في الترتيب دون النظر إلى نوعية المرجع كتاباً كان، أم رسالة علمية، أم مقالة في دورية علمية.

ب– يحتوي القسم الثاني من قائمة المراجع على المراجع الأجنبية التي ترتب فيها أسماء المؤلفين هجائياً، مع مراعاة محاذاتها إلى يسار الصفحة، وترتب المراجع دون النظر إلى نوعية المرجع كتاباً كان، أم رسالة علمية، أم مقالة في دورية علمية.

## نموذج قائمة عربية (افتراضية):

1ـ خضور، أديب، الحاج، كمال. ( 2006). الكتابة للإذاعة والتلفزيون . دمشق: مركز التعليم المفتوح في جامعة دمشق.

2ـ جونسون، ت. (1993). حصر القلق. في موسوعة علم النفس والتحليل النفسي (ص ص. 300 – 310). الكويت دار سعاد الصباح.

3ـ الطوخي، أحمد. (2002). دوافع استخدام الأطفال لشبكة الإنترنت والإشاعات المحققة. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، 13(4)، 163 – 206.

4ـ هرموش، بلال. (2012، 23 يناير). الإعلام وقت الأزمات. السفير، 1134، ص. 17.

5ـ الحاج، هيا. (2012، 14 ديسمبر). تنمية مهارات الطفل. سيدتي، 188، 33 – 45.

6ـ الحرب النفسية. (1999). في الموسوعة الثقافية العربية (ج.8، ص ص.134 – 140). اليمن: مؤسسة الإبداع للنشر والتوزيع.

7ـ الجرعتلي، منير. ( 2007، 19يونيو). صعود الأمم . استرجعت في تاريخ 17 مايو hTTP: //www.nashiri.net/content/view/2132/

## English Resources

1. Johnson. M.D., James, S., & Brisley, M. (1995). Hot to Reason (3rd ed.). New York: Bailey

2. Relativity (1993). In Encyclopedia Britanicca (vol. 26, PP. 501-508). Chicago: Encyclopedia Britanica.
3. Ross, D. (1999). Satisfaction among College Students. Psychology Reviews, 16(2), 88-90.
4. Thomson, A. (A.D). The importance of the Internet. Retrieved January 12, 2007 from www.un.org/files/internet.html.

## تعليمات طباعة رسالة الماجستير أو الدكتوراه Instructions for typesetting

- يجب على الباحث إتباع التعليمات التالية عند طباعة رسالة الماجستير أو الدكتوراه:

1- تطبع الرسالة باستخدام الحاسب الآلي، وباستخدام برنامج منسق الكلمات (وورد).

2- تطبع الرسالة على ورق أبيض مقاس (A4)، وتطبع على وجه واحد فقط.

3- يترك على يمين الصفحة حاشية ( 3 سم)، وحاشية ( 2.5) إلى اليسار في الرسائل باللغة العربية، و(3 سم) يسار الصفحة و(2 سم) يمين الصفحة في الرسائل باللغة الأجنبية.

4- تترك حاشية أعلى الصفحة وفي أسفلها بعرض ( 2 سم) غير محتسب فيها مسافة العنوان في رأس وتذييل الصفحة.

5- يمكن أن تستخدم الحروف العربية الأبجدية (أ، ب، ج، د...) لترقيم الصفحات التمهيدية في حال الكتابة بالعربية، وتستخدم الأحرف الرومانية لترقيم الصفحات التمهيدية عند الكتابة باللغة الإنكليزية (I,II...)، ويبدأ الترقيم باستخدام الأرقام من صفحة المقدمة، يوضع الرقم أو رمز في الصفحة من الأعلى في وسطها أو في الزاوية.

6- تراعى المسافات في الكتابة على النحو التالي:

**أ- في حال الكتابة باللغة العربية:**

- المسافة بين السطور مفرد (في النص، وفي المقتبسات، وفي الحاشية، وفي المراجع).
- يستخدم البنط الأسود في جميع العناوين الرئيسية والفرعية.
- يكتب عنوان الفصل بخط كبير أسود، وبينه وبين بداية النص مسافة تتراوح ما بين 6 إلى 12 نقطة بحسب حجم الخط.

– العنوان الفردي يكون بينه وبين النص مسافة 6 نقاط.

– يراعى التدرج في حجم العناوين، ويراعى التنسيق عناوين الأبواب (على مستوى واحد)، وكذلك الفصول على مستوى آخر موحدة، وكذلك المباحث على مستوى آخر موحدة.

– المتن بنط (16) من الخط الفردي Simplified Arabic، والعناوين (18) غامق أسود والحاشية (12).

**ب- في حال الكتابة باللغة الإنكليزية:**

– تستعمل مسافة ونصف بين السطور في كتابة صلب النموذج.
– المستخلص يكتب على مسافة واحدة بين السطور.
– المقتبسات تكتب على مسافة ونصف بين السطور، وتبعد عن الحاشية بأربع مسافات.
– المراجع تنسخ على مسافة واحدة مع ترك مسافة ونصف بين كل مرجع وآخر.
– يستخدم البنط الأسود في جميع العناوين الرئيسة والفرعية.
– يكتب المتن في البحوث الأجنبية بنط (14)، والعناوين بنط غامق (Times new roman) (16 -20) أسود.

**تجليد الرسالة Thesis binding:**

– تجلد الرسالة تجليداً فنياً بلون أزرق فاتح لرسائل الماجستير، والأسود لرسائل الدكتوراه.
– تطبع البيانات على الغلاف كما ورد في صفحة العنوان.
– تطبع البيانات على الكعب، ويوضع اسم الجامعة، اسم الباحث، نوع الرسالة (ماجستير، دكتوراه)، السنة بالميلادي.

## الخلاصة

تتناول الوحدة التعليمية الحادية عشرة كيفية كتابة البحث الإعلامي بدءاً من صفحة العنوان، وتقسيم الأبواب والفصول والأجزاء والمباحث، وطريقة سرد صلب البحث، وتقديم النتائج.

## تمارين:

اختر الإجابة الصحيحة لكل مما يلي:

**1- يفضل ألا يزيد عنوان البحث مع علامات الترقيم والفراغات:**

A- 15 أحرف

B- 25 حرف

C- 35 حرف

D- 50 حرف

**الإجابة الصحيحة D**

**2- مكان النشر والناشر يكتب في:**

A- بداية توثيق المرجع

B- وسط توثيق المرجع

C- نهاية توثيق المرجع

D- بعد كتابة الاسم مباشرة

**الإجابة الصحيحة C**

**3- يوضع خط عند توثيق مرجع بحث في مجلة تحت:**

A- اسم المؤلف

B- اسم الكتاب

C- اسم المجلة

D- اسم الناشر ومكان النشر

**الإجابة الصحيحة C**

**4 – عند توثيق مرجع من موسوعة دون معرفة المؤلف نبدأ بكتابة:**

A – عنوان المقالة

B – اسم الناشر

C – اسم الموسوعة

D – مكان النشر

**الإجابة الصحيحة A**

**5 – عند توثيق مرجع كتاب مترجم نضع في البداية:**

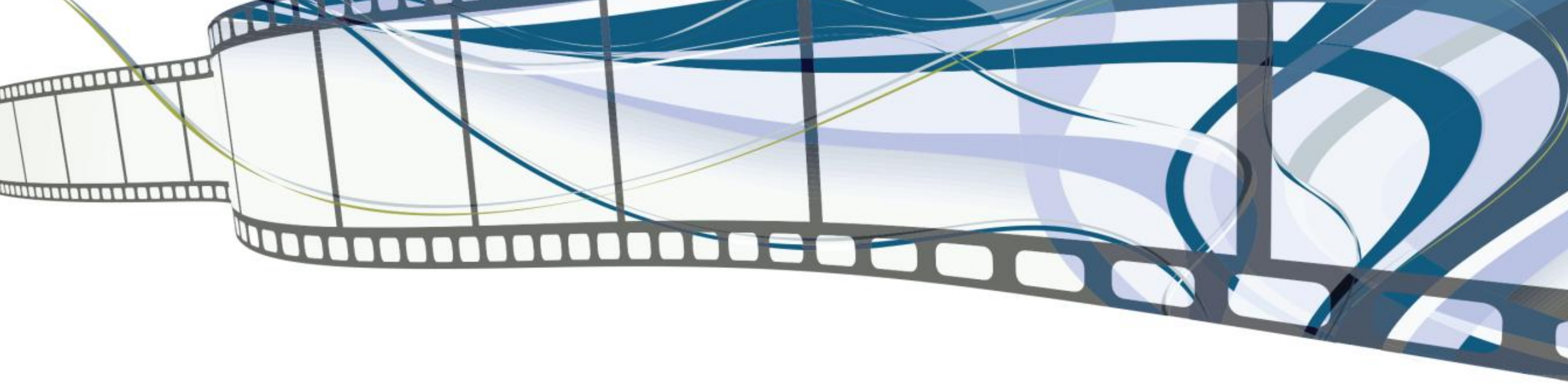
A – اسم المؤلف

B – اسم المترجم

C – اسم الكتاب

D – اسم الناشر

**الإجابة الصحيحة A**



# الوحدة التعليمية الثانية عشرة
# تطبيقات عملية

## الأهداف السلوكية:

بعد الانتهاء من دراسة الفصل الثاني عشر، ينبغي أن يكون كل طالب قادراً على أن:

1- معرفة كيفية صياغة: تساؤلات الدراسة، وفروض الدراسة.

2- صياغة المشكلة البحثية.

3- يحدد أهداف الدراسة.

4- تحديد مجتمع وعينة الدراسة.

5- صياغة أسئلة الاستبيان.

6- وضع فئات تحليل المضمون.

7- تفريغ نتائج الدراسة في جداول إحصائية.

# تطبيقات عملية

يتضمن هذا الفصل عدة تطبيقات عملية كالتالي:

نموذج (1) لتساؤلات: بحث بعنوان استخدامات طلاب الجامعة للانترنت – دراسة مسحية

نموذج (2) الهدف من البحث + المنهج والإجراءات، بحث بعنوان: علاقات التعرض للدراما التلفزيونية بالاتجاهات نحو العنف الأسري في مصر – دراسة مسحية.

نموذج (3) لجداول تكرارات ونسبة، لبحث بعنوان دور التلفزيون المصري في ترتيب أولويات الشباب الجامعي – دراسة مسحية.

نموذج (4) جدول تكرار ونسب، لبحث بعنوان دور التلفزيون المصري في ترتيب أولويات الشباب الجامعي دراسة مسحية

نموذج ( 5) لفروض دراسة بعنوان استخدامات المرأة المصرية للمجلات النسائية والاشباعات الحقيقية منها دراسة مسحية

نموذج (6) استمارة تحليل مضمون (شكل) حول: (سمات الخبر في المواقع الإلكترونية العربية)

نموذج (7) استمارة تحليل مضمون (محتوى) حول:(سمات الخبر في المواقع الإلكترونية العربية)

نموذج (8) سؤال موجه إلى القائم باتصال ضمن دراسته: بعنوان تأثير منافسة وسائل الإعلام الإلكترونية في فن التحرير الصحفي على عينة من الصحف المصرية والسورية – دراسة مسحية

نموذج (9) استمارة استقصاء لقياس مستوى الرضى الوظيفي لدى القائمين بالاتصال في وسائل الإعلام السورية

نموذج (10) سؤال من استمارة استبيان بعنوان دور المسلسلات العربية التلفزيونية في إدراك الشباب المصري للمشكلات الاجتماعية

نموذج ( 11) لبيانات شخصية ضمن استمارة استبيان بعنوان: تحليل أبعاد استخدام الصحفيين في المؤسسات الصحفية المصرية لتقنيات توثيق المعلومات الصحفية – بحث ميداني

نموذج (12) استبيان حول اتجاهات الشباب السوري الجامعي نحو الأغاني

## نموذج (1) التساؤلات: بحث بعنوان استخدامات طلاب الجامعة للانترنت – دراسة مسحية

### أولاً: تساؤلات تتعلق باستخدامات طلاب الجامعة للإنترنت:

1- ما معدل استخدام طلاب الجامعة للإنترنت؟
2- ما أنماط استخدام طلاب الجامعة للإنترنت؟
3- ما أسباب تعرض طلاب الجامعة للإنترنت؟
4- ما الإشباعات التي تتحقق لطلاب الجامعة من خلال شبكة الإنترنت؟
5- ما نوعية المعلومات التي يتعرض لها طلاب الجامعة من خلال شبكة الإنترنت؟
6- ما أثر استخدام طلاب الجامعة للإنترنت على تعرضهم للراديو والتلفزيون؟
7- ما أهم مصادر معلومات طلاب الجامعة للمعلومات؟
8- ما أهم المصادر التي يتعرض لها طلاب الجامعة للحصول على المعلومات في شتى مجالات المعرفة السياسية والاقتصادية والدينية والثقافية والفنية والعلمية؟

### ثانياً: تساؤلات حول معلومات ومصادر المعرفة السياسية لطلاب الجامعة:

(استخدامات طلاب الجامعة للإنترنت _ دراسة مسحية).

1. ما أهم مصادر المعرفة السياسية لطلاب الجامعة؟
2. ما أهم القضايا السياسية التي تشغل اهتمام طلاب الجامعة على المستوى المحلي؟ وما مصادر معلوماتهم عنها؟
3. ما أهم القضايا السياسية التي تشغل اهتمام طلاب الجامعة على المستوى الدولي؟ وما مصادر معلوماتهم عنها؟
4. ما أسباب اعتماد طلاب الجامعة على الإنترنت كمصدر رئيس لمعلوماته م عن قضايا السياسة المحلية والدولية؟
5. ما درجة استفادة طلاب الجامعة من المعلومات السياسية الواردة على شبكات الإنترنت؟
6. ما أهم المواقع النى يتعرض لها طلاب الجامعة من خلال الإنترنت؟
7. ما أوجه المشاركة السياسية لطلاب الجامعة؟
8. ما مدى تعرض طلاب الجامعة للمواقع الإخبارية من خلال الإنترنت كمصدر رئيسي لمعلوماتهم السياسية؟
9. ما أهم المواقع الإخبارية التي يتعرض لها طلاب الجامعة؟
10. ما أسباب تعرض طلاب الجامعة للمواقع الإخبارية؟ وما تفضيلاتهم للقضايا التي يتعرضون لها من خلال هذه المواقع؟

**ثالثاً: تساؤلات خاصة بالاتصال التفاعلي ومصادره من خلال الإنترنت:**

1. ما مدى اشتراك طلاب الجامعة في جماعات الدردشة من خلال الإنترنت؟
2. ما أسباب اشتراك طلاب الجامعة في جماعات الدردشة الإلكترونية؟
3. ما أهم القضايا التي يناقشها طلاب الجامعة من خلال جماعات الدردشة الإلكترونية؟
4. ما نوعية جماعة الدردشة التي يفضل طلاب الجامعة التعرض لها من خلال الإنترنت؟
5. ما الإشباعات التي تتحقق لطلاب الجامعة من خلال اشتراكهم في جماعة الدردشة الإلكترونية؟
6. ما علاقة تعرض طلاب الجامعة لمواقع جماعات الدردشة الإلكترونية على مستوى معرفتهم بقضايا السياسة المحلية والعالمية؟

## نموذج (2) الهدف من البحث + المنهج والإجراءات.

**بحث بعنوان: علاقات التعرض للدراما التلفزيونية بالاتجاهات نحو العنف الأسري في مصر – دراسة مسحية.**

### أولاً: الهدف من البحث:

يهدف هذا البحث إلى التعرف على اتجاهات عينة من المتزوجين حول ظاهرة العنف الأسري، وتحليل العلاقة بين متغير التعرض للدراما التلفزيونية باعتباره متغيراً مستقلاً من ناحية وبين الاتجاهات نحوى العنف الأسري باعتبارها متغيراً تابعاً من ناحية أخرى، وذلك لمعرفة طبيعة هذه الاتجاهات نحو مسببات ومظاهر، ونتائج العنف على اتجاهات المبحوثين للإجابة على سؤال: هل تساعد مشاهد الدراما التلفزيونية على تكوين اتجاهات تؤمن بالتسامح مع ظاهرة العنف الأسري وتتقبلها، أم أن العوامل الأخرى مثل المتغيرات الديموغرافية هي التي تشكل مثل هذه الاتجاهات؟؟.

### ثانياً: المنهج والإجراءات:

**(أ) المنهج:**

تبين من مراجعة البحوث المتوفرة حول العنف الأسري أنها اعتمدت بدرجة كبيرة على السؤال المباشر للوالدين والمدرسين والأبناء من عدد مرات مشاهدة حوادث العنف داخل الأسرة، وهي تصميمات تلائم بعض الدراسات، ولكنها تعتمد أساساً على ذاكرة وأمانة المبحوث، وهناك بحوث اعتمدت على بيانات من المستشفيات ومراكز الشرطة، والمؤسسات الاجتماعية، ومما يعيب هذه النوعية من البحوث أنها تحلل فقط الحالات المبلّغ عنها، والتي تصل إلى الجهات الرسمية، بينما تظل معظم حوادث العنف الأسري فيما يسميه علماء الإجرام "بالجرائم السرية "Dark crime(12).

ويعتمد الباحث هنا على منهج المسح التحليلي الذي "يمكن من خلاله وصف وشرح موقف ما واختبار العلاقة بين متغيرين، أو أكثر، واختبار مدى صحة فروض البحث، كما تمكن نتائجه من اختبار العلاقات المتبادلة بين المتغيرات والخروج باستخلاصات"، وفقاً لما يراه كلاً من "Wimmer & Dominick" (13).

ويستخدم الباحث منهج المسح التحليلي لقياس اتجاهات المتزوجين نحو العنف في الأسرة المصرية، حيث يرى الباحثون أن المسح طريقة فعالة للحصول على معلومات تصف أفكار وآراء ومشاعر الناس ويمكن تعميم النتائج على مجتمع الدراسة" (14).

**(ب) الإجراءات المنهجية للبحث**

**ب/1 مجتمع البحث:**

هو مجتمع المتزوجين المقيمين في مدينة القاهرة بما تحمله من تنوع سكاني واختلاف في مستويات الثقافة والتعليم والاقتصاد والأدوار الاجتماعية وهو خليط من الريف والحضر، ويمثلون شرائح اجتماعية عديدة وتعد العينات ممثلة لمثل هذه المجتمعات.

**ب/2 عينة البحث:**

تم اختيار 120 مفردة من الأحياء المتوسطة لتكون محل الدراسة (حي العباسية والجيزة) وبطريقة العينة العشوائية المنتظمة تم اختيار المفردات من موظفي وموظفات جامعتي القاهرة وعين شمس وذلك لوجود إطار يسمح بضبط العينة.

**(ج) القياس:**

يقوم البحث بقياس علاقة مجموعة من المتغيرات بعضها ببعض وهي ثلاثة أنواع:

أ. **متغير مستقل وهو متغير التعرض للدراما:**

**ولهذا المتغير ثلاثة أبعاد هي:**

- **التعرض الكمي:**

1 – تعرض خفيف من ساعتين يومياً (1: 14 ساعة أسبوعياً)

2 – تعرض متوسط من ساعتين إلى ثلاث ساعات يومياً (من 14: 21 ساعة أسبوعياً).

3 – تعرض كثيف ثلاث ساعات فأكثر يومياً (من 21 – 28 ساعة فأكثر أسبوعياً).

- **التعرض النوعي:**

1 – كيفية المشاهدة وظروفها في مناخ فردي/اجتماعي.

2 – نوع المحتوى المفضل للمبحوث (دراما فقط – مواد أخرى – دراما مع مواد أخرى).

- **الولاء للمحتوى الدرامي:**

وهو مقسم إلى:

1 – ولاء عام لمشاهدة الدراما ومدى الارتباط بها.

2 – ولاء لنوع معين من الدراما.

3 – ولاء للدراما عبر قنوات تلفزيونية محددة.

**المتغير التابع: مقياس الاتجاهات نحو العنف الأسري:**

من المراجعات النظرية وفي ضوء تحديد المشكلة البحثية أعد الباحث أربعين عبارة تدل على مسببات ومظاهر ونتائج العنف الأسري، وتم تقسيمها إلى موضوعات فرعية وقسم الباحث مقياس الاتجاهات الثلاثي (موافق = 2) (محايد = 1) (معارض = 0) إلى أربعة أبعاد هي:

**البعد الأول:**

وهو بعد عام يتكون من ( 9) عبارات تقيس الاتجاهات نحو ظاهرة العنف الأسري بوجه عام وطبيعة الصراع داخل الأسرة ومدى شيوع العنف بداخلها، وأثر العنف بشكل عام ونتائجه ومدى تدخل العائلة لحل الصراع، وجدوى سن قانون يعاقب على العنف ومستقبل الأسرة في ظل أوضاع الأسرة الحالية، ودرجة هذا البعد هي (18 درجة) موزعة إلى ثلاث مستويات

استجابة عالية – 13 – 18 درجة.

استجابة متوسطة = 7 – 12 درجة.

استجابة ضعيفة = 0 – 6 درجة.

**البعد الثاني:**

يتكون البعد الثاني من ( 10) عبارات ويتصل بالعنف بين الزوجين الرجل والمرأة وعلاقة كل منهما بموضوع العنف داخل الأسرة فيما بينها وتجاه كبار السن في الأسرة، ومظاهر العنف بين الإجبار والحرمان والاعتداء البدني واللفظي ويتكون هذا البعد من (20) درجة موزعة على ثلاث مستويات:

استجابة عالية = 15 – 20 درجة.

استجابة متوسطة = 8 – 14 درجة.

استجابة ضعيفة = 0– 7 درجة.

**البعد الرابع:**

ويتعلق بأسباب العنف في الأسرة المصرية: (ويتكون من 9 عبارات)، وما يتصل بهذه الأسباب المعيشية والاجتماعية ومشاهدة العنف المصور تلفزيونياً، وعمل أحد الزوجين، ومستوى التعليم، وعلاقات الأسرة الاجتماعية، وأما درجاته (18 درجة) موزعة على:

استجابة عالية = 13 – 18 درجة.

استجابة متوسطة = 7 – 12 درجة.

استجابة ضعيفة = 0 – 6 درجة.

**الدرجات الإجمالية للمقياس:**

المقياس الخاص ذو أربعة أبعاد إجمالي درجات المقياس بشكل عام ( 80 درجة)

1- مستوى مرتفع: وتكون الاستجابة بين (56 – 80 درجة)
2- مستوى متوسط: وتكون الاستجابة بين (27 – 55 درجة)
3- مستوى منخفض: وتكون الاستجابة بين (0 – 26 درجة)

**ثالثاً: المتغيرات الديموغرافية:**

وتشمل النوع والسن والحالة الزوجية والتعليم وعدد الأبناء وعدد سنوات الزواج ومنطقة النشأة ومنطقة الإقامة.

## نموذج (3) لجداول تكرارات ونسبة

لبحث بعنوان دور التلفزيون المصري في ترتيب أولويات الشباب الجامعي – دراسة مسحية، يوضح الأحداث والقضايا العربية التي وردت بالنشرات التلفزيونية خلال فترة الدراسة.

| التكرار والزمن<br>الأحداث والقضايا العربية | التكرار | | الزمن | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | ك | % | ث | ق | % |
| الضرب الإسرائيلي للأهداف المدنية اللبنانية. | 17 | 21.2 | 0 | 34 | 21.8 |
| زيارة الرئيس مبارك المفاجئة للبنان والمساعدات المصرية المقدمة. | 9 | 11.3 | 50 | 26 | 17.1 |
| إدانة الاعتداءات الإسرائيلية على لبنان. | 9 | 11,3 | 0 | 20 | 12.8 |
| العلاقات الثنائية العربية. | 17 | 21,3 | 24 | 28 | 18.2 |
| القضية الفلسطينية. | 9 | 11.3 | 20 | 12 | 7.9 |
| السلام على المسار السوري / الإسرائيلي | 5 | 6.2 | 0 | 8 | 5.1 |
| التعاون الاقتصادي بين الدول العربية. | 4 | 5 | 40 | 9 | 6.2 |
| القدس. | 1 | 1.3 | 20 | 1 | 0.8 |
| العراق والأمم المتحدة. | 2 | 2.5 | 0 | 2 | 1.3 |
| عقد مؤتمر البرلمانيين العرب في الجزائر. | 5 | 6.2 | 50 | 11 | 7.6 |
| أخرى تذكر. | 2 | 2.5 | 50 | 11 | 1.2 |
| الإجمالي | 80 | 100 | 14 | 156 | 100 |

## نموذج (4) جدول تكرار ونسب

لبحث بعنوان دور التلفزيون المصري في ترتيب أولويات الشباب الجامعي دراسة مسحية، وسائل الإعلام واعتماد الشباب الجامعي عليها كمصادر أساسية في الإمداد بالمعلومات

| الوسيلة التي يعتمد عليها الشباب الجامعي | ذكور ك | ذكور % | إناث ك | إناث % | الإجمالي ك | الإجمالي % |
|---|---|---|---|---|---|---|
| الصحافة | 112 | 17.4 | 89 | 17.5 | 201 | 17.4 |
| التلفزيون المصري | 110 | 17.1 | 87 | 17.1 | 197 | 17.1 |
| الإذاعة المصرية | 84 | 13 | 70 | 13.8 | 154 | 13.3 |
| الفضائيات العربية | 75 | 11.6 | 56 | 11 | 131 | 11.4 |
| الإذاعات العربية | 63 | 9.8 | 50 | 9.8 | 113 | 9.8 |
| الفضائيات الأجنبية | 66 | 10.2 | 55 | 10.8 | 121 | 10.5 |
| الإذاعات الأجنبية | 66 | 10.2 | 47 | 9.2 | 113 | 9.8 |
| شيكه المعلومات | 69 | 10.7 | 55 | 10.8 | 124 | 10.7 |
| الإجمالي | 645 | 100 | 509 | 100 | 1154 | 100 |

## نموذج (5) لفروض دراسة بعنوان:

استخدامات المرأة المصرية للمجلات النسائية والاشباعات الحقيقية منها دراسة مسحية

**ثانياً: الفروض:**

1ـ توجد علاقة دالة بين تعرض المرأة المصرية الانتقالي للمجلات النسائية والتغيرات الديموجرافية (التعليم – العمر – الحالة الاجتماعية – الوضع الوظيفي – المستوى الاقتصادي).

2ـ توجد علاقة دالة إحصائيا بين تعرض المرأة المصرية للمجلات النسائية ودوافع استخدامها.

3ـ توجد علاقة دالة إحصائياً بين دوافع استخدام المرأة للمجلات النسائية، والاشباعات المتحققة منها.

4ـ قراءة المرأة المصرية للمجلات النسائية تستهدف في الأساس إشباع حاجات هروبية.

5ـ جمهور الصحافة النسائية جمهور نشيط.

نلاحظ في المثال السابق أن الباحث حاول اختبار فروض بحثية خاصة بمتغيرات دراسته، (الفرص 1،2،3،4)، بينما حاول اختبار فرض أساسي لنظرية الاستخدامات والاشباعات وهو الفرض الخامس.

## نموذج (6) استمارة تحليل مضمون حول: (سمات الخبر في المواقع الإلكترونية العربية)

## (فئات الشكل) كيف قيل؟

**أولاً: بعض الفئات الخاصة بشكل الخبر:**

أ –فئات خاصة بشكل عنوان الخبر

*الفئة (1): عدد كلمات عنوان الخبر:*

1) أقل من 5 كلمات ( )
2) من 5 كلمات حتى 10 كلمة ( )
3) من 11 كلمة حتى 16 كلمة ( )
4) أكثر من 16 كلمة ( )

الفئة (2): عدد أسطر عنوان الخبر:

1) سطر واحد ( )
2) سطران ( )
3) ثلاثة سطور ( )
4) أكثر من ثلاثة أسطر ( )

الفئة (3): نوعية الخط المستخدم في عنوان الخبر:

1) خطوط مخصصة ( )
2) خطوط افتراضية ( )
3) آخر ( )

الفئة (4): لون الخط المستخدم في عنوان الخبر:

1) لون مختلف عن جسم الخبر ( )
2) نفس لون جسم الخبر ( )

الفئة (5): محاذاة عنوان الخبر:

1) توسيط ( )
2) يمين ( )
3) يسار ( )
4) ضبط ( )

الفئة (6): شكل عنوان الخبر:

1) الشكل المثلم ( )
2) الشكل الهرمي المقلوب ( )
3) الشكل الهرمي ( )
4) الشكل المتدرج ( )
5) الشكل المستطيل ( )
6) الشكل الهرمي المزدوج المتقابل ( )

الفئة (7): تنسيق خط عنوان الخبر:

1) غامق ( )
2) مائل ( )
3) تسطير ( )

الفئة (8): حجم خط عنوان الخبر:

1) أقل من 14 ( )
2) 14 وأقل من 16 ( )
3) 16 وأقل من 20 ( )
4) 20 وأقل من 24 ( )
5) 24 وأقل من 28 ( )
6) 28 وأقل من 32 ( )

ب –فئات خاصة بشكل مقدمة الخبر:

الفئة (1): حجم خط عنوان الخبر:

1) أقل من 10 كلمات ( )
2) من 10كلمة حتى 20 كلمة ( )
3) من 21 كلمة حتى 30 كلمة ( )
4) من 31 كلمة حتى 40 كلمة ( )
5) أكثر من 40 كلمة ( )

## نموذج (7) استمارة تحليل مضمون حول: (سمات الخبر في المواقع الإلكترونية العربية) (فئات المحتوى) ماذا قيل؟

*فئة نوع عنوان الخبر:*

1) وصفي ( )
2) إخباري بحت ( )
3) استفهامي ( )
4) توجيهي ( )
5) اقتباسي ( )

فئة نوع مقدمة الخبر:

1) المقدمة التلخيصية ( )
2) المقدمة المضغوطة أو العمياء ( )
3) مقدمة المندهش ( )
4) القنبلة أو المباشرة أو الطلقة ( )
5) التناقض ( )
6) الاقتباس ( )
7) المقدمة المزدحمة ( )
8) المقدمة المعلقة أو ذيل القميص ( )
9) المقدمة 1-2-3-4 ( )
10) المقدمة المجازية أو التصويرية أو الرمزية ( )
11) مقدمة المثل أو الحكمة ( )
12) الوصفية ( )
13) المقدمة المتقطعة ( )
14) مقدمة الحوار ( )
15) مقدمة السؤال أو الاستفهامية ( )
16) المقدمة الإيضاحية ( )
17) مقدمة العنصر الواحد ( )
18) المقدمة المتأخرة أو الخلفية ( )
19) مقدمة الإشارة الأدبية ( )

20) مقدمة التقليد الساخر ( )

فئة محور التركيز في الخبر:

1) الحدث ( )
2) الشخصية ( )
3) الموضوع ( )
4) الحدث والشخصية ( )
5) الحدث والشخصية والموضوع ( )

فئة أسلوب عرض أحداث الخبر:

1) تقريري ( )
2) تفسيري ( )
3) تحليلي ( )

فئة المصادر الإعلامية للخبر:

1) مندوب ( )
2) مراسل ( )
3) محرر ( )
4) وكالة أنباء ( )
5) إذاعة ( )
6) انترنت ( )
7) تلفزيون ( )
8) صحف ( )
9) أخرى ( )

فئة قيم الخبر:

1) الجدة أو الحداثة أو التوقيت ( )
2) الغرابة أو الطرافة ( )
3) القرب الموضوعي أو المكاني ( )

4) البروز أو الأهمية أو الضخامة ( )
5) النتائج والآثار أو المصلحة أو الفائدة أو الجدوى ( )
6) الصراع أو المنافسة ( )
7) الأسماء البارزة أو الشهرة أو الشخصيات ( )
8) الاهتمام الإنساني ( )
9) موقف الناشر ( )
10) حاجات القراء ( )
11) السياق ( )

فئة قالب الخبر:

1) قالب الهرم المقلوب ( )
2) قالب الهرم المعتدل ( )
3) قالب الترتيب الزمني ( )
4) القالب الماسي ( )
5) نمط لوحة التصميم Story board ( )
6) نمط المقاطع Section technique ( )

**نموذج (8) سؤال موجه إلى القائم باتصال ضمن دراسة بعنوان تأثير منافسة وسائل الإعلام الإلكترونية في فن التحرير الصحفي على عينة من الصحف المصرية والسورية – دراسة مسحية**

السؤال: هذه مجموعة من العبارات حول تأثير منافسة وسائل الإعلام الإلكترونية في فن التحرير الصحفي، ما رأيك في كل عبارة؟

| منافسة وسائل الإعلام الإلكترونية للصحافة المطبوعة أدت إلى | أوافق بشدة | أوافق | لا رأي لي | أرفض | أرفض بشدة |
|---|---|---|---|---|---|
| 1–تطور أساليب التحرير الصحفي | | | | | |
| 2–اختفاء فنون صحيفة وتهديد فنون أخرى بالاختفاء | | | | | |
| 3–تطوير المنتج الصحفي ليتناسب مع ما يبث وينشر عبر وسائل الإعلام الإلكترونية | | | | | |
| 4–هبوط المستوى التحريري، وتحول كل من يمسك قلم إلى محرر | | | | | |
| 5–سرعة وسهولة الحصول على المعلومات الغزيرة والآنية | | | | | |
| 6–حدوث حالة من التداخل بين الأنواع التحريرية الصحفية | | | | | |
| 7–استفادة الصحيفة من الطريقة التي تقدم فيها وسائل الإعلام الإلكترونية مادتها | | | | | |
| 8–زيادة الدقة والمصداقية في تحرير المادة الصحفية | | | | | |
| 9–استخدام كلمات عامية في التحرير الصحفي | | | | | |
| 10– إتباع الاختصار وعدم اللجوء إلى الموضوعات الطويلة | | | | | |
| 11– زيادة اهتمام الصحافة بالأخبار المحلية | | | | | |
| 12 – استقاء الأفكار الجديدة والمستحدثة | | | | | |
| 13 – فقدان الصحافة دورها الإخباري لتفوق وسائل الإعلام الإلكترونية بنقل الأخبار | | | | | |
| 14 – الاستفادة من التفاصيل التي توفرها وسائل الإعلام الإلكترونية | | | | | |
| 15 – استخدام قوالب فنية جديدة في تحرير الفنون الصحفية | | | | | |
| 16 – زيادة الاهتمام بالمادة الصحفية التي تحقق التفاعل مع القراء | | | | | |
| 17 – تطوير قدرة المحرر على البحث الذاتي عن المعلومات والبيانات | | | | | |
| 18 – المساعدة في تحقيق السبق الصحفي | | | | | |
| 19 – عدم التأثير نهائياً في فن التحرير الصحفي | | | | | |
| 20 – سهولة استكمال خلفيات الموضوعات الصحفية | | | | | |
| 21 – زيادة الاهتمام بالفنون الصحفية التفسيرية والاستقصائية | | | | | |

## نموذج (9) استمارة استقصاء لقياس مستوى الرضى الوظيفي لدى القائمين بالاتصال في وسائل الإعلام السورية

| العامل | م | فيما يلي مجموعة من العبارات وأمام كل منها خمس درجات إجابة، يرجى وضع إشارة (×) في المكان المناسب | موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 – عامل الرضى عن الوظيفة | 1 | تتفق مهنتي وميولي وقدراتي | | | | | |
| | 2 | أشعر بالسعادة خلال ساعات العمل مقارنة بالموظفين الآخرين | | | | | |
| | 3 | أفضل العمل في هذه المؤسسة على غيرها | | | | | |
| | 4 | أجد متعة حقيقية في أداء عملي | | | | | |
| | 5 | لا أفكر بترك العمل بهذه المؤسسة حتى لو قُدمت لي الإغراءات | | | | | |
| | 6 | لا أصاب بالجهد والإرهاق أثناء العمل | | | | | |
| | 7 | حققت طموحي بالحصول على وظيفة | | | | | |
| | 8 | أتغيب عن العمل في حالات الضرورة القصوى | | | | | |
| | 9 | أعتقد بأن وظيفتي مناسبة لي | | | | | |
| | 10 | لا أضغط على نفسي للذهاب إلى العمل | | | | | |
| 2 – عامل الرضى عن الأجر | 1 | أرى أن راتبي يتناسب والجهد الذي أبذله في العمل | | | | | |
| | 2 | أرى أن راتبي لا يقل عن راتب نظرائي في جهات ومؤسسات أخرى | | | | | |
| | 3 | يتناسب راتبي والمسؤوليات الموكلة إلي في الوظيفة | | | | | |
| | 4 | لا أعمل خارج المؤسسة لأحسن دخلي الشهري | | | | | |
| | 5 | يكفي دخلي لتأمين احتياجاتي | | | | | |
| | 6 | أرفض العمل بمؤسسة أخرى بدخل أكبر | | | | | |
| | 7 | أحصل من عملي على حوافز إضافية | | | | | |
| | 8 | يتناسب راتبي والمؤهل العلمي الذي أحمله | | | | | |
| | 9 | يشجع راتبي على أداء العمل بشكل أفضل | | | | | |
| | 10 | أرى أن راتبي مناسب مقارنة مع زملائي في نفس المهنة | | | | | |
| 3 – الرضى عن ظروف العمل | 1 | أشعر أن ساعات العمل مناسبة | | | | | |
| | 2 | أنا راض عن الطريقة التي ينظم بها العمل | | | | | |
| | 3 | أعتبر مؤسستي منظمة مهنية | | | | | |
| | 4 | أشعر بالفخر بالانتماء إلى مؤسستي | | | | | |
| | 5 | توفر مؤسستي وسائل المواصلات لنقل العاملين إلى مكان العمل وبالعكس | | | | | |
| | 6 | تتوفر لي جميع شروط الأمان والسلامة المهنية | | | | | |
| | 7 | أن مسجل من قبل مؤسستي في التأمينات الاجتماعية | | | | | |
| | 8 | توجد أوقات للراحة أثناء الدوام | | | | | |
| | 9 | تقدم مؤسستي الوسائل والأدوات المطلوبة لإنجاز العمل | | | | | |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 10 | أعتقد أن مكان العمل نظيف وصحي | | | | | |
| 4 – الرضى عن زملاء العمل | 1 | يوجد تعاون بين الزملاء في العمل | | | | | |
| | 2 | يتبادل الزملاء في العمل المعلومات ومصادر المعرفة | | | | | |
| | 3 | انضمامي إلى جماعة العمل الحالية يشجعني على العمل بشكل أفضل | | | | | |
| | 4 | يتساعد أعضاء جماعة العمل في الظروف الصعبة | | | | | |
| | 5 | يوجد احترام متبادل بيني وزملائي في الوظيفة | | | | | |
| | 6 | أتبادل بالاتصالات والزيارات مع زملائي في العمل | | | | | |
| | 7 | يوجد تنسيق بين مختلف الأقسام في المؤسسة التي أعمل فيها | | | | | |
| | 8 | يتوفر جو من الألفة و المحبة بين الموظفين | | | | | |
| | 9 | توجد مشاركة مع الزملاء في تغطية الأحداث الاقتصادية | | | | | |
| | 10 | يلتزم الزملاء في قواعد وأصول السرية في ممارسة المهنة | | | | | |
| 5 – الرضى عن الإدارة | 1 | أعتقد أن التعليمات التي تصدر من الإدارة واضحة | | | | | |
| | 2 | تحرص الإدارة على سماع مقترحات الموظفين | | | | | |
| | 3 | أتعرض لنقد رؤسائي في العمل لدى وقوع أخطاء بسيطة | | | | | |
| | 4 | **أنا مفوض من قبل رؤسائي لاتخاذ القرارات المتعلقة بالعمل دون العودة إليهم** | | | | | |
| | 5 | تراعي الإدارة النواحي الإنسانية في العمل | | | | | |
| | 6 | تتفهم الإدارة الظروف الفردية للعاملين | | | | | |
| | 7 | تشركني الإدارة في علمية صنع القرار | | | | | |
| | 8 | توجد علاقة اجتماعية بين الرؤساء الإداريين والموظفين | | | | | |
| | 9 | تستطيع الإدارة إيجاد حلول لمشكلات العاملين | | | | | |
| | 10 | كثيراً ما تصدر الإدارة قرارات مجحفة بحق العاملين | | | | | |

## نموذج (10) سؤال من استمارة استبيان بعنوان دور المسلسلات العربية التلفزيونية في إدراك الشباب المصري للمشكلات الاجتماعية

| العبـــارة | موافق جداً | موافق | محايد | معارض | معارض جداً |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 – المسلسلات العربية تقدم الكثير من المشكلات بنفس طريقة حدوثها في الواقع الحقيقي. | | | | | |
| 2 – أشعر أن بعض المسلسلات العربية تعكس الظروف التي أعيش فيها نفسها. | | | | | |
| 3 – طريقة تعامل أبطال المسلسلات مع بعض قريبة من طريقة تعاملي مع الآخرين. | | | | | |
| 4 – الممثل الكوميدي دمه خفيف في حياته الشخصية. | | | | | |
| 5 – أعتقد أن مشاهدة المسلسلات قد تساعدني في حل مشكلة تواجهني. | | | | | |
| 6 – يمكن للمسلسلات أن تزيد من خبرتي لأنها تعرض موضوعات كثيرة ومتنوعة. | | | | | |
| 7 – بعض المسلسلات تعلمني كيف أتصرف في المواقف الجديدة علي. | | | | | |
| 8 – المسلسلات العربية تجعلني أرى أماكن جديدة كما لو كنت زرتها بالفعل. | | | | | |
| 9 – أعرف أناس في الواقع تتصرف بنفس طريقة أبطال المسلسلات. | | | | | |
| 10 – أشعر بالحزن لو مات بطل المسلسل. | | | | | |
| 11 – كثيرا ما أتكلم أنا وأصدقائي عن بطل مسلسل كأنه شخص موجود بيننا. | | | | | |

## نموذج (11) لبيانات شخصية ضمن استمارة استبيان بعنوان: تحليل أبعاد استخدام الصحفيين في المؤسسات الصحفية المصرية لتقنيات توثيق المعلومات الصحفية– بحث ميداني

**بيانات شخصية**

السؤال الأول: ما نوعك؟

أكتب الرقم المناسب داخل المربع:

1 – ذكر.
2 – أنثى.

السؤال الثاني: ما سنك؟

أكتب الرقم المناسب داخل المربع:

1 – من 20 – أقل من 25.
2 – من 25 – أقل من 35.
3 – من 35 – أقل من 45.
4 – من 45 – أقل من 60.
5 – 60 عاماً فما فوق.

السؤال الثالث: ما هو تأهيلك التعليمي؟

أكتب الرقم المناسب داخل المربع:

1 – شهادة جامعية أولى (بكالريوس أو ليسانس)
2 – شهادة جامعية ثانية (ماجستير)

من فضلك أذكر عنوانها إن وجدت (.......................................................)

3 – شهادة جامعية ثالثة (دكتوراه)

من فضلك أذكر عنوانها إن وجدت (.......................................................)

السؤال الرابع: ما تخصصك التعليمي؟

أكتب الرقم المناسب داخل المربع:

1- علوم الإعلام (صحافة-إذاعة وتلفزيون-علاقات عامة وإعلان).
2- تخصصات أخرى (من فضلك أذكر التخصص..............).

السؤال الخامس: ما نوع المدرسة التي تخرجت منها؟

أكتب الرقم المناسب داخل المربع:

1- مدرسة حكومية.
2- مدرسة لغات (إنجليزي-فرنسي-ألماني).

السؤال السادس: هل سبق لك الدراسة أو العمل خارج مصر؟

أكتب الرقم المناسب داخل المربع:

1- نعم.
2- لا. إذا كانت الإجابة بلا انتقل للسؤال السابع

السؤال السابع: أين وما المدة التي قضيتها في الخارج؟

في ..............لمدة............بغرض........................
في ..............لمدة............بغرض........................
في ..............لمدة............بغرض........................
في ..............لمدة............بغرض........................

السؤال الثامن: هل تتابع القنوات التلفزيونية الفضائية؟

أكتب الرقم المناسب داخل المربع:

1- أتابعها دائماً.
2- أتابعها أحياناً.
3- لا أتابعها.

السؤال التاسع: هل تحرص على الإطلاع على إصدارات الصحف والمجلات الأجنبية؟

أكتب الرقم المناسب داخل المربع:

1 – نعم.

2 – لا.     إذا كانت الإجابة بلا انتقل للسؤال العاشر

السؤال العاشر: ما هي الصحف أو المجلات التي تحرص على الإطلاع عليها؟

من فضلك أذكر اسم الصحيفة أو المجلة

..............................  ..............................

.................................. ...................... انتقل للسؤال الحادي عشر

السؤال الحادي عشر: ولماذا؟

..................................................................

..................................................................

..................................................................

..................................................................

السؤال الثاني عشر: هل لديك جهاز كمبيوتر في المنزل؟

أكتب الرقم المناسب داخل المربع:

1 – نعم.

2 – لا.

إذا كانت الإجابة بلا فقد انتهت أسئلة الاستمارة، وإذا نعم فأجب عن السؤال التالي من فضلك

السؤال الثالث عشر: هل لديك اشتراك في خدمة الإنترنت في منزلك؟

أكتب الرقم المناسب داخل المربع:

1 – نعم.

2 – لا.     إذا كانت الإجابة بلا انتقل للسؤال الرابع عشر

السؤال الرابع عشر: وما هي مجالات استخدامك للإنترنت في منزلك؟

..........................................................

..........................................................

..........................................................

السؤال الخامس عشر: ولماذا؟

..............................................................

..............................................................

..............................................................

(نشكركم، انتهت الأسئلة)

- للتواصل مع الباحث رجاء الاتصال بالرقم ....................

أو عبر البريد الإلكتروني ....................................

## نموذج (12) استبيان حول اتجاهات الشباب السوري الجامعي نحو الأغاني

في إطار بحث لمشروع تخرج: أخي الكريم، أختي الكريمة، أنا طالبة في كلية الإعلام أقوم بدراسة حول اتجاهات الشباب السوري نحو الغناء، ويهدف البحث إلى معرفة تعامل الشباب مع الأغاني وآراءهم واتجاهاتهم نحوها، علماً أن بيانات هذه الاستمارة ستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط، أشكركم على تعاونكم لإتمام البحث.

ملاحظة يمكن وضع إشارة √ أمام الإجابة التي تناسبك أو تعبر عن رأيك

1 – أي من الوسائل التالية تفضله أكثر في سماع الأغاني:

- حفلة مباشرة – التلفزيون
- المسرح – الراديو
- كاسيت – السينما
- وسيلة أخرى تذكر.........

2 – ما مدى مشاهدتك للأغاني في التلفزيون؟

- يومياً – حسب الظروف
- مرة كل أسبوع – نادراً

(لمن يجيب بنادراً يرجى الانتقال للسؤال 3)

3 – لمن (يشاهد نادراً) ما سبب قلة مشاهدتك؟

- ظروف العمل – ظروف الدراسة
- سبب آخر يذكر.......

4 – إلى أي مدى تشاهد الأغاني في التلفزيون؟

- حتى ساعة – 1-2 ساعة
- 2-4 ساعة – 4 ساعات وما فوق

5 – ما الأوقات التي تفضلها لمشاهدة الأغاني في التلفزيون؟

- في الصباح – في الظهيرة
- في المساء

6 – كيف تفضل مشاهدة الأغاني؟

- لوحدك – مع الأهل
- مع الأصدقاء – فئة أخرى تذكر.........

7 – أين تشاهد الأغاني عادةً؟

- في المنزل - في منزل صديق
- مع الأصدقاء - فئة أخرى تذكر .........

8- ماذا تفعل عندما تشاهد أغنية؟
- تتفرغ للمشاهدة - تقرأ
- تتكلم مع الآخرين - تتحدث على الهاتف
- تكتب - عمل آخر يذكر..........

9- إلى أي مدى تناقش موضوعات الأغاني مع الآخرين؟
- بشكل دائم - أحياناً
- لا تتحدث مطلقاً

10- ما طبيعة المحطة التي تفضل مشاهدة الأغاني فيها؟
- محطة خاصة بالأغاني - محطة عامة منوعة
- محطة أخرى تذكر

11- هل تؤثر الأغنية في لغتك المحكية؟
- تؤثر لدرجة كبيرة - تؤثر لدرجة متوسطة
- تؤثر لدرجة قليلة - لا تؤثر

12- هل تؤيد فكرة توزيع الأغاني القديمة بأسلوب جديد؟
- مؤيد جداً - مؤيد
- معارض جداً - محايد

13- هل تساعدك الأغاني على تمضية وقت مسل؟
- تساعد كثيراً - تساعد قليلاً
- لا تساعد - تفضل شيئاً آخر يذكر............

14- هل تنتقي الفقرات الغنائية التي تشاهدها أم تراها بالصدفة؟
- تشاهدها انتقائياً - تشاهدها بالصدف

15- ما رأيك في مفردات الأغاني التالية؟

| | موافق | موافق إلى حد ما | غير موافق |
|---|---|---|---|
| - الأغنية العاطفية:<br>- ترتقي بالمشاعر والأحاسيس.<br>- ترتقي بالذوق العام.<br>- تعبر عن المشاكل العاطفية. | | | |

| | | | |
|---|---|---|---|
| – تساعد على اختيار الشريك | | | |
| **الأغنية الوطنية:**<br>– تساعد على الاعتزاز بالوطن.<br>– تساعد على الاعتزاز بالرموز السياسية والتاريخية.<br>– تساعد على الاعتزاز بالتراث والثقافة الوطنية | | | |
| **الأغنية الإعلانية:**<br>– للترفيه<br>– لتذكير باسم المنتج الإعلاني | | | |

16– برأيك هل يتم توظيف الأغنية العربية في خدمة قضايا (قومية، دينية، اجتماعية)؟

– توظف بدرجة كبيرة – توظف بدرجة متوسطة

– توظف بدرجة قليلة – لا توظف

17– ما مدى حداثة الأغاني التي تفضلها؟

– قديمة – حديثة

– الاثنين معاً

18– أي من القوالب الغنائية التالية تفضله أكثر؟

– فردي – جماعي

– أوبريت – ثنائي

– شعبي (موال) – قالب آخر يذكر............

19– أي من أشكال الأغاني التالية تفضله أكثر؟

– أغاني مصورة مع رقص شرقي – أغاني مصورة مع رقص خيل

– أغاني مصورة مع رقص غربي – أغاني مصورة مع شخصيات كرتونية

– أغاني مصورة مع رقص عرائس – أغاني مصورة باستخدام الكمبيوتر

– شكل آخر يذكر............

20– أي الجنسين تفضل الاستماع إليه أكثر.

– مطربين – مطربات

– الاثنين معاً – لا فرق

21– ما الأسلوب اللغوي الذي تفضله أكثر في الأغاني؟

– شعر – نثر

– الاثنين معاً – لا فرق

22 – ما المستوى اللغوي الذي تفضله في الأغنية؟

– فصحى – عامية – لا فرق

23 – ما اللغة التي تفضلها للأغنية؟

– عربي – إنكليزي

– فرنسي – لا فرق

– أكثر من لغة – لغة أخرى تذكر....................

24 – أي من مضامين الأغاني التالية تحب الاستماع إليه أكثر؟

– عاطفي – اجتماعي

– وطني – إعلاني

– ديني – مضمون آخر يذكر.......

25 – ما أنواع الموسيقى المفضلة لديك؟

– موسيقى الأغاني – عزف منفرد

– ديسكو – سمفوني

– موسيقى شعبية – مقطوعات موسيقية

– نوع آخر يذكر........

26 – هل تفضل الأغاني بصوت المغنين الأصليين أو بأصوات جديدة؟

– صوت المطرب الأصلي – صوت جديد

– لا فرق

27 – هل تعجبك الأغاني المصورة بطريقة الفيديو كليب؟

– تعجبني (يرجى الانتقال للسؤال 28) – تعجبني لحد متوسط

– تعجبني لحد كبير – لا تعجبني (يرجى الانتقال للسؤال 29)

28 – ما سبب إعجابك بالفيديو كليب؟

– جاذبية التصوير واللقطات السريعة – التصوير الخارجي والمناظر الطبيعية

– الإبهار في الديكور – الرقص المصاحب للأغنية

– القصة في الفيديو كليب – فكرة الفيديو كليب بحد ذاتها

– سبب آخر يذكر......

29 – ما سبب عدم إعجابك بالفيديو كليب؟

– تعتمد على الصخب والضوضاء – قاومها الفتيات الراقصات

– سرعة التصوير تشتت المشاهد – بعد التصوير عن معنى الأغنية

- مضامينها متشابهة ولا تحمل جديداً – تحب المطربين القدماء فقط
- تحتوي لقطات غير لائقة – تفضل غناء المطرب مباشرة
- سبب آخر يذكر ......................

30 – ما بيئة الأغاني المصورة المفضلة؟

- أغاني مصورة في الريف – أغاني مصورة في الصحراء
- أغاني مصورة في المدن – أغاني مصورة في عدة أماكن
- أغاني مصورة في الاستديو – أغاني مصورة بغض النظر عن المكان
- أغاني مصورة في مناطق سياحية – بيئة أخر تذكر.............

31 – هل لديك مطربين مفضلين؟

- نعم (انتقل للسؤال 32) – لا

32 – أذكر ثلاثة من مطربيك المفضلين؟

1 –.................... – 2 –....................... – 3 –............................

33 – ما رأيك بالأغنية الحديثة (الشبابية) من حيث الشكل والمضمون؟

..........................................................................................

..........................................................................................

**البيانات الشخصية:**

**الاسم (اختياري)** **الجنس**

**العمر:** 20–25 25–30 30–35

**التعليم:** – إعدادي وما دون – بكالوريا – معهد

- جامعة – دراسات عليا

**المستوى الاقتصادي حسب رؤية المبحوث:** – جيد جداً – جيد

- متوسط – مقبول

**المهنة:** .........................

**ملكية بعض الأجهزة:** – سيارة – دش – كمبيوتر – موبايل

أشكر اهتمامكم بالإجابة على كامل أسئلة الاستمارة

للتواصل مع الباحث رجاء الاتصال بالرقم....................

أو عبر البريد الإلكتروني.................................

## قائمة مصطلحات مناهج البحث والإحصاء باللغتين العربية والإنكليزية :

| Terminology | قائمة المصطلحات العلمية |
|---|---|
| | **A** |
| Analytical Survey | المسح التحليلي |
| Artifact | سبب مصطنع |
| Averages | متوسطات |
| | **B** |
| Bar Charts | الأعمدة البيانية |
| Basic Experimental Design | التصميمات التجريبية الأساسية |
| Binary Variable | المتغير الثنائي |
| Bias in Surveys | التحيز في المسوح |
| Bias | التحيز |
| Bibliography | قائمة المراجع |
| Broad Problem Area | التحديد العام للمشكلة |
| Brainstorming Groups | مجموعات العصف الذهني |
| | **C** |
| Canonical Correlation | الارتباط المركب |
| Case Study | منهج دراسة الحالة |
| Census | تعداد / حصر شامل |
| Classification | تصنيف |
| Captions | عناوين |
| Categorical Variable | متغير كيفي (نوعي) |
| Casual Research | بحوث سببية |
| Census DATA | إحصاءات عامة |
| Chi-Square | مربع كاي |
| Cluster Analysis | تحليل المجموعات |
| Cluster Sample | العينة العنقودية |
| Code | رمز |
| Concepts | مفاهيم |

| Confidence Level | مستوى الثقة |
| --- | --- |
| Construct Validity | صدق البناء |
| Content Analysis | تحليل المحتوى |
| Content Validity | صدق المضمون |
| Context Units | وحدات السياق |
| Continuous Variables | متغيرات متصلة |
| Control Group | مجموعة ضابطة |
| Convenient Group | العينة المتاحة |
| Criterion Variables | صدق المعيار |
| **D** | |
| Dependent Variables | متغيرات تابعة |
| Descriptive Research | بحوث وصفية |
| Descriptive Statistics | إحصاء وصفي |
| Discrete Variables | متغيرات منفصلة |
| Dichotomous Variables | متغير ثنائي |
| **E** | |
| Effect | تأثير |
| Editing DATA | مراجعة البيانات |
| Efficiency in Sampling | كفاءة المعاينة |
| Exploratory Study | دراسة استكشافية |
| Elements of Research | عناصر البحث |
| **F** | |
| Face Validity | الصدق الظاهري |
| Face to –Face Interview | المقابلة الشخصية |
| Factor Analysis | التحليل العاملي |
| Filter Questions | أسئلة تصفية |
| Focus Group Discussion | مجموعات النقاش المركزة |
| Forms | استمارات |
| Frame | إطار |
| Frequency | تكرار |

| | |
|---|---|
| Field Study | دراسة ميدانية |
| Footnotes | الهوامش |
| **G** | |
| Generalize Ability | قابلية التعميم |
| Graph | رسم بياني |
| Graphic Presentation | عرض بياني |
| Grouping | تصنيف / تجمّع |
| Group Effect | تأثير الجماعة |
| **H** | |
| Headings | العناوين |
| Histogram | مدرج تكراري |
| Home Page | الصفحة الرئيسية للموقع |
| Hypotheses Testing | اختبار الفروض |
| Hypothesis of Research | فروض البحث |
| **I** | |
| Independent Variables | متغيرات مستقلة |
| In-depth Interviews | مقابلات معمقة |
| Inferential Statistics | إحصاء استدلالي |
| Inter Coder Reliability | ثبات المرمزين |
| Internal DATA | بيانات داخلية |
| Internal Validity | صدق داخلي |
| Interviewer Bias | تحيز القائم بالمقابلة |
| Interviewer Errors | خطأ القائم بالمقابلة |
| Interceder Reliability | ثبات الباحث مع نفسه |
| **J** | |
| Jargon | اللغة الاصطلاحية |
| Judgment Sample | العينة العمدية |
| **K** | |
| Kurtosis | تفرطح |
| **L** | |

| Lab Experiment | تجارب معملية |
|---|---|
| Leading Questions | أسئلة إيحائية |
| Level of Significance | مستوى الدلالة المعنوية |
| Lingerer Regression | الانحدار الخطي |
| Likeret Scale | مقياس ليكرت |
| Large Sample | عينة كبيرة |
| Longitudinal Studies | دراسات تتبعية |
| **M** | |
| Mail Questionnaire | استبيان بريدي |
| Matrix | مصفوفة |
| Mean | متوسط حسابي |
| Measured Operational Definition | التعريف الإجرائي القياسي |
| Medium | الوسيط |
| Medium Text | اختبار الوسيط |
| Mode | المنوال |
| Multistage Sample | العينة متعددة المراحل |
| Multivariate Analysis | تحليل متعدد المراحل |
| Mutually Exclusive | مانعة |
| **N** | |
| Natural Observation | ملاحظة طبيعية |
| Nominal Level | مستوى اسمي |
| Non-Probability Samples | عينات غير احتمالية |
| Null hypothesis | الفرض العدمي |
| **O** | |
| Objectives of Research | أهداف البحث |
| Objectivity | الموضوعية |
| Observation | مشاهد |
| Ordinal Scale | مقياس ترتيبي |
| **P** | |
| Parametric Techniques | أساليب بارامترية |

| | |
|---|---|
| Prediction | تنبؤ |
| Problem of Research | مشكلة البحث |
| Primary DATA | بيانات أولية |
| Personal Interviews | مقابلات شخصية |
| Personal Observations | ملاحظة شخصية |
| Population | المجتمع |
| Priori Coding | ترميز سابق |
| Probability Level | درجة الاحتمالية |
| Probability Samples | عينات احتمالية |
| Purposive Samples | عينة عمدية |
| **Q** | |
| Qualitative data | بيانات كيفية |
| Quantitative date | بيانات كمية |
| Quasi- experimental Designs | تصميمات شبه تجريبية |
| Quota Sample | عينة حصصية |
| Questionnaire | استبيان |
| **R** | |
| Random Error | خطأ عشوائي |
| Range | المدى |
| Rank-Order Correlation | معامل ارتباط الرتب |
| Redundancy | التكرار |
| References | قائمة المراجع |
| Regression | الانحدار |
| Reliability | الثبات |
| Research Design | تصميم البحوث |
| Research | بحث |
| **S** | |
| Semantic Differential Scale | مقياس التمييز الدلالي |
| Simple Random Sample | عينة عشوائية بسيطة |
| Significance Level | مستوى الدلالة |

| | |
|---|---|
| Snowball Sample | عينة كرة الثلج |
| Sleeper Effect | التأثير النائم |
| Spurious Variable | متغير زائف |
| Standard Deviation | الانحراف المعياري |
| Stratified Sample | عينة طبقية |
| Systematic Random Sample | عينة عشوائية منتظمة |
| **T** | |
| Telephone Interviews | المقابلات التلفزيونية |
| Test-Retest Reliability | إعادة الاختبار (ثبات الاختبار) |
| **U** | |
| Unit of Analysis | وحدة التحليل |
| **V** | |
| Validity | الصلاحية |
| Variable | متغير |
| Variance | تباين |
| **W** | |
| Weight Average | تثقيلات / أوزان |

| | |
|---|---|
| **X** | |
| X-axis | محور السينات |
| **Y** | |
| Y-axix | محور العينات |
| **Z** | |
| Z-test | اختبار |

# المراجع


1ـ جابر، سامية. (2000). منهجيات البحث الاجتماعي والإعلامي. القاهرة: دار المعرفة الجامعية.

2ـ جامعة دمشق، (د. ت) دليل كتابة وتقديم الأطروحة الجامعية في جامعة دمشق (ماجستير ودكتوراه). دمشق: جامعة دمشق.

3ـ الجمال، راسم. ( 2000). مقدمة في مناهج البحث في الدراسات الإعلامية . القاهرة: مركز التعليم المفتوح بجامعة القاهرة.

4ـ حسين، سمير محمد. (1999). بحوث الإعلام، القاهرة: عالم الكتب.

5ـ الحمامي، الصادق. ( 2012). التجارب العالمية في مجال قياس جمهور كندا والولايات المتحدة وفرنسا. نماذج. في محمد قيراط، خيرت عيّاد، الصادق الحمّامي، قياس الجمهور في المؤسسات الإعلامية العربية: غياب الدراسات وتحديات الصناعة الإعلامية، (ص ص 46-71). تونس: اتحاد إذاعات الدول العربية.

6ـ ذو الفقار، شيماء ( 2009). مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

7ـ طايع، سامي. (2001). بحوث الإعلام. القاهرة: دار النهضة العربية.

8ـ عبد الرحمن، عواطف، سالم، نادية،عبد المجيد، ليلى. ( 1982). تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية. القاهرة: العربية للنشر والتوزيع.

9ـ عبد الرحمن، عواطف. ( 2002). النظرية النقدية في بحوث الاتصال (ط. 1). القاهرة: دار الفكر العربي.

10ـ عبد الحميد، محمد. (1992). دراسة الجمهور في بحوث الإعلام. القاهرة: عالم الكتب.

11ـ عبد الحميد ، محمد . (2006) . البحث العلمي والدراسات الإعلامية . القاهرة: عالم الكتب .

12ـ العبد، عاطف عدلي، عزمي، زكي أحمد. ( 1993). الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام (ط.1). دار الفكر العربي.

13ـ العبد، عاطف عدلي. ( 20022، أكتوبر/ديسمبر). العينات واستخداماتها في استطلاعات وبحوث الرأي العام. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، 3(4)، 208-241.

14ـ عقيل، عقيل حسين، (1999). فلسفة مناهج البحث العلمي. القاهرة: مكتبة مدبولي.

15 – علي، سلوى إمام. (1989، يوليو). الصدق والثبات في البحوث الإعلامية. المجلة العلمية لكلية الإعلام، (1)، 41–64.

16 – عمر، السيد أحمد. ( 1994). البحث الإعلامي مفهومه وإجراءاته ومناهجه (ط. 1). بنغازي: منشورات جامعة قاريونس.

17 – عيّاد، خير. (2012). أسس قياس الجمهور في المؤسسات الإعلامية. في محمد قيراط، خيرت عيّاد، الصادق الحمّامي (محرر)، قياس الجمهور في المؤسسات الإعلامية العربية: غياب الدراسات وتحديات الصناعة الإعلامية، (ص ص 27–45) تونس: اتحاد إذاعات الدول العربية.

18 – عيّاد، خيرت. ( 2012). واقع قياس الجمهور في العالم العربي. في محمد قيراط، خيرت عيّاد، الصادق الحمّامي (محرر)، قياس الجمهور في المؤسسات الإعلامية العربية: غياب الدراسات وتحديات الصناعة الإعلامية، (ص ص 72–109). تونس: اتحاد إذاعات الدول العربية.

19 – غانم، عدنان، المنصور، عبد العزيز. ( 2009). مناهج البحث. دمشق: مديرية الكتب والمطبوعات الجامعية في جامعة دمشق.

20 – قيراط، محمد. ( 2012). الجمهور في العملية الاتصالية: من الجمهرة إلى التجزئة والاستقلالية والتفاعلية. في محمد قيراط، خيرت عيّاد، الصادق الحمّامي (محرر)، قياس الجمهور في المؤسسات الإعلامية العربية: غياب الدراسات وتحديات الصناعة الإعلامية، (ص ص 8–26). تونس: اتحاد إذاعات الدول العربية.

21 – الكامل، فرج. ( 2001). بحوث الإعلام والرأي العام تصميمها وإجراؤها وتحليلها. القاهرة: دار النشر للجامعات.

22 – وفائي، محمد. ( 1989). مناهج البحث في الدراسات الاجتماعية والإعلامية (ط. 1). القاهرة: مكتبة الأنجلوالمصرية.